

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO
RUTH G. DE LIMA

**NECESSIDADES E USO DE INFORMAÇÃO EM EMPRESAS INCUBADAS DE
BASE TECNOLÓGICA EM CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA**

CURITIBA
2011

RUTH G. DE LIMA

**NECESSIDADES E USO DE INFORMAÇÃO EM EMPRESAS INCUBADAS DE
BASE TECNOLÓGICA EM CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA**

Monografia apresentada à disciplina Pesquisa em Informação, do curso de Gestão da Informação, do Departamento de Ciência e Gestão da Informação do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^a Dr^a Helena de Fátima Nunes Silva

CURITIBA
2011

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela sua proteção e direcionamento, pela oportunidade de continuar aprendendo. O agradeco por muitas vezes, ter me carregado em seus braços, nos momentos em que as dificuldades pareciam intransponíveis.

Agradeço a todas as pessoas que me auxiliaram, direta ou indiretamente, na execução deste trabalho.

De maneira especial agradeço:

- aos meus pais, Bonifácio de Lima e Josefa Greszyzyn, pelo amor, carinho, auxílio e compreensão;

- ao meu marido, Jose Aparecido de Carvalho, pelo grande amor, carinho, paciência e compreensão nos momentos de ausência e estímulo durante as dificuldades;

- à querida orientadora Prof^a. Dr^a. Helena de Fátima Nunes Silva, pela atenção, carinho e dedicação, direção e incentivo na realização deste trabalho e, principalmente, pela compreensão e amizade;

- ao Mestre Jorge Takeda da Incubadora Tecnológica do TECPAR, por acreditar e apoiar o meu trabalho, dispondo sempre de atenção e auxílio;

- ao Mestre Sergio Kappel consultor na área de Incubadoras de Base Tecnológica do Estado de Santa Catarina e aos professores Cícero Aparecido Bezerra e Edelvino Razzolini Filho do Departamento de Ciência e Gestão da Informação pela atenção e auxílio despendidos;

- as minhas amigas Ana Keli Fonseca, Andressa Hudzinsk, Bruna Pellizari, Mayara Leticia Silva e Tania Carina de Melo, por compartilhar e apoiar nos momentos de dificuldades.

À Universidade Federal do Paraná e ao Departamento de Ciência e Gestão da Informação pela estrutura fornecida e pela dedicação de seus professores e funcionários.

Muito Obrigada!

“A mente que se abre a uma nova idéia jamais voltará ao seu tamanho original.”

Albert Einstein

RESUMO

Pesquisa descritiva com abordagem qualitativa sobre necessidades e uso de informação em empresas incubadas de base tecnológica em Curitiba e região metropolitana. Analisa as necessidades e os usos de informação para empreendedores de empresas incubadas de base tecnológica na cidade de Curitiba e região metropolitana. Adota como instrumento de coleta de dados - questionários aplicados em 3 empresas incubadas de base tecnológica na Incubadora de Base tecnológica (INTEC) no TECPAR. Utiliza a análise de conteúdo, realizada a partir de categorias estabelecidas a priori. Identifica como necessidades e uso de informação dos empreendedores das empresas incubadas de base tecnológica de Curitiba e Região Metropolitana: expectativas dos empreendedores com relação às Incubadoras; exigências formais e legais para empresas em estágio inicial de desenvolvimento, informações sobre clientes, aspectos referentes a fontes de financiamentos, produtos e serviços de informação, aspectos tecnológicos, competitivos, comerciais e ambientais, assim como, necessidades de apropriação tecnológica com o uso de patentes para registro de seus produtos e utilização destas para a evoluir os seus negócios e ter diferencial competitivo no mercado. Conclui que as empresas em fase de incubação utilizam diversos produtos ou serviços de informação para negócios, que necessitam de consultas a base de dados, estudos de viabilidade dentre outros produtos ou serviços de informação para negócios. Infere com base na pesquisa que há demanda de produtos e serviços de informação e, portanto, há possibilidade de colocação do Gestor da Informação em empresas incubadas.

Palavras – chave: Informação. Informação para negócios. Necessidades e uso de informação. Incubadoras. Empresas Incubadas. Patentes.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
1.1 PROBLEMATIZAÇÃO	7
1.2 OBJETIVOS	8
1.2.1 Objetivo geral	8
1.2.2 Objetivos específicos	8
1.3 JUSTIFICATIVA	8
2 LITERATURA PERTINENTE	11
2.1 INFORMAÇÃO	11
2.1.2 Tipos de informação	12
2.1.3 Informações para negócios	13
2.1.3.1 Serviços de Informação para negócios	16
2.1.3.2 Produtos de Informação para negócios	17
2.1.4 Necessidades de Informação	18
2.1.5 Busca e Uso	20
2.2 INCUBADORAS E EMPRESAS INCUBADAS	24
2.3 PATENTES	29
3 METODOLOGIA	32
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	32
3.2 AMBIENTE DA PESQUISA	32
3.4 COLETA DE DADOS	33
3.5 SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE	36
4 RESULTADOS: ANÁLISE E DISCUSSÃO	37
4.1 PERFIL DO RESPONDENTE	37
4.2 PERFIL DAS EMPRESAS INCUBADAS	37
4.3 NECESSIDADES E USOS DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS	39
4.4 NECESSIDADES DE APROPRIAÇÃO TECNOLÓGICA	43
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS	49
APÊNDICE A - Questionário Empreendedores de Empresas Incubadas	53
APÊNDICE B - Questionário Incubadora de Base Tecnológica (Intec)	58

1 INTRODUÇÃO

A informação é necessária para suportar ações de desenvolvimento das organizações em diversas áreas, como a científica, tecnológica, econômica, industrial e social. Ela é considerada matéria-prima e possibilita gerar informações necessárias a novos empreendimentos.

Para Januzzi e Montalli (1999), a informação deixou de ser apenas um elemento fundamental na redução das incertezas na tomada de decisões e vem se transformando em fator de produção e de sinergia empresarial.

Mediante a importância dada as informações, as mudanças ocorridas na sociedade nos últimos tempos e perspectivas de desenvolvimento na área de tecnologia nasce a necessidade de novas organizações que atendam a demanda do mercado em constante expansão.

Nesse contexto, têm-se as incubadoras de base tecnológica, assim como as empresas incubadas e demais empresas em fase inicial de implantação. Essas empresas, usualmente, apresentam necessidades de informação que são objeto de estudo deste trabalho o qual tem como objetivo analisar as necessidades e os usos de informação para empreendedores de empresas incubadas de base tecnológica, na cidade de Curitiba e região metropolitana.

No primeiro capítulo são apresentados os problemas, objetivos e justificativa da pesquisa.

Na sequência, são tratados os temas relacionados ao problema da pesquisa como informação, tipos de informação e informação para negócios, necessidades de informação, incubadoras, empresas incubadas e apropriação tecnológica com uso de patentes.

A metodologia é detalhada na seção 3. deste trabalho, incluindo a caracterização e o ambiente da pesquisa, a coleta, sistematização e análise dos dados. A seção 4 é dedicada a análise e discussão dos resultados.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Devido à globalização e as transformações da sociedade e das organizações, a informação é considerada estratégica para as pessoas e organizações.

As informações produzidas e/ou disponibilizadas no Brasil são de extrema importância para o desenvolvimento econômico, no entanto, nem sempre são utilizadas pela maior parte das micro e pequenas empresas (MPEs), que compõem, segundo Reis (1994, *apud* JANUZZI *et al.*, 1999), a chamada força social da economia.

Travesso Neto (1994, *apud* JANUZZI e MONTALLI, 1999) afirma que em muitos casos as MPEs não sabem ou não conseguem acessar aquilo que precisam saber, pois para eles, além de desconhecer o que necessitam, não sabem nem mesmo onde procurar as informações que subsidiem o direcionamento de suas atividades.

A competência de definir as necessidades informacionais e saber usar de forma adequada as informações sobre negócios passou a ter importância fundamental para as organizações ou possíveis empreendedores, auxiliando nos processos de inovação e desenvolvimento. De acordo com Fidelis (2001), as informações de como e o quê produzir, com quê, quando, como e onde distribuir passam a ser determinantes para o processo decisório. Nesse contexto, sabe-se que toda pessoa ou organização apresenta necessidades variadas de informação, e para atendê-las, utiliza-se de diversas informações das mais variadas fontes ao longo de sua existência.

No entanto, as pessoas normalmente o fazem por meio de uma exposição não direcionada e de uma busca informal. Pelo contexto apresentado, destaca-se a questão a ser investigada: **quais são as necessidades e os usos de informação para empreendedores de incubadoras e empresas incubadas de base tecnológica na cidade de Curitiba e região metropolitana?**

1.2 OBJETIVOS

A pesquisa está relacionada a um objetivo geral e dele derivam-se os específicos.

1.2.1 Objetivo geral

Analisar as necessidades e os usos de informação para empreendedores de empresas incubadas de base tecnológica na cidade de Curitiba e região metropolitana.

1.2.2 Objetivos específicos

A seguir o detalhamento dos objetivos específicos.

- a) levantar, junto às entidades promotoras de empreendimentos de tecnologia, as incubadoras de base tecnológica;
- b) selecionar incubadoras de empresas de base tecnológica e empresas incubadas;
- c) levantar junto aos gerentes, as principais características das empresas de tecnologia;
- d) levantar junto aos gestores das empresas e da incubadora quais as principais necessidades e uso de informações para negócios e de apropriação tecnológica para as empresas de base tecnológica na cidade de Curitiba e região metropolitana;
- e) descrever as necessidades e uso de informações dos empreendedores de empresas incubadas

1.3 JUSTIFICATIVA

A mudança no ambiente de negócios é complexa e as necessidades de informações brotam para as pessoas e organizações. A informação apresenta-se como instrumento fundamental para a tomada de decisões

A capacidade de geração e absorção de tecnologia é vital para os processos de transformações necessários na forma de educar, trabalhar, produzir e fazer negócios na cidade de Curitiba (SENAI, 2010).

Devem ser desenhadas políticas públicas e investidos recursos importantes na consolidação de pólos tecnológicos setoriais de acordo com Senai (2010), assim como, centros de pesquisa, desenvolvimento, tecnologia e inovação. A perspectiva da cidade de Curitiba para 2030 conforme Senai (2010) é estimular iniciativas voltadas à inovação, à atração de empresas e ao trabalho visando atrair e manter empresas de alta tecnologia em Curitiba e o fomento ao empreendedorismo. Uma nova cultura social baseada em trabalhos por objetivos, com novo modelo baseado em projetos deverá ter uma infra-estrutura social para suporte ao empreendedor que facilite as suas relações com empresas, serviços de assessoramento fiscal e trabalhista, econômico financeiro, legal e sanitário, fortalecendo a infra-estrutura de suporte de atividades dos profissionais e empresas, papel que se pode identificar de acordo com a literatura que é desempenhado pelas Incubadoras.

Nesse contexto, visando os investimentos a serem realizados e as perspectivas de desenvolvimento e inovação, tem-se um cenário próprio ao desenvolvimento de novos negócios, principalmente para empresas de base tecnológica, com o apoio das Incubadoras.

Tendo como pressuposto que os empreendedores precisam de sinergia com o panorama apresentado, que aponta diversas oportunidades de negócios para empresas de base tecnológica, justifica-se, portanto, a pesquisa de analisar as necessidades e usos de informação para empreendedores visando melhorar os processos de negócio e a tomada de decisões estratégicas para que se mantenham no mercado ou obtenham diferencial competitivo.

Não foram identificados estudos relacionados a necessidades e usos de informações direcionados ao enfoque de empresas incubadas.

No contexto acadêmico, o estudo contribuirá com as reflexões teórico-práticas do Curso de Gestão da Informação. A Gestão da informação pode ser definida como todas as ações relacionadas à "obtenção da informação adequada, na forma correta, para a pessoa indicada, a um custo adequado, no tempo oportuno, em lugar apropriado, para tomar a decisão correta" (WOODMAN *apud* PONJUAN DANTE, 1998, p.135). Portanto, o estudo das informações e como essas podem auxiliar no processo de tomada de decisão das organizações está diretamente relacionado ao foco do Curso, para identificar as necessidades e usos de informações dos empreendedores de empresas incubadas de base tecnológica. No entanto, não somente para os empreendedores das empresas estudadas o estudo é relevante,

mas também para a sociedade, destacando-se todos os empreendedores de empresas de base tecnológica que se interessem em identificar as necessidades e usos de informação relevantes para empresas em fase inicial de desenvolvimento.

2 LITERATURA PERTINENTE

Esta seção apresenta os aspectos teóricos relativos ao tema. São abordados conceitos de autores especialistas e destacados na área de conhecimento pertinente ao problema de pesquisa, visando estabelecer a base teórica que possibilite atender o objetivo da pesquisa.

2.1 INFORMAÇÃO

Admitindo-se que a informação é necessária para suportar ações de desenvolvimento das organizações em diversas áreas, como a científica, a tecnológica, a econômica, a industrial e a social, torna-se importante o entendimento do significado dos termos 'dado', 'informação' e 'conhecimento', os quais serão conceituados, uma vez que se confundem pela proximidade do seu significado.

O termo 'dado' aparece na literatura da área de Ciência da Informação e de Informática. Valentim (2002, *apud* MIRANDA, 1999), define como um conjunto de registros qualitativos ou quantitativos conhecido que organizado, agrupado, categorizado, e padronizado adequadamente transforma-se em informação.

A seguir quadro de Davenport (1998, p.18) que apresenta a diferenciação entre os termos dados, informação e conhecimento.

QUADRO 1 - DADO, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Dados	Informação	Conhecimento
<p>Simple observações sobre o estado do mundo</p> <p>Facilmente estruturado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilmente obtido por máquinas • Frequentemente quantificado • Facilmente transferível 	<p>Dados dotados de relevância e propósito</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requer unidade de análise • Exige consenso em relação ao significado • Exige necessariamente a mediação humana 	<p>Informação valiosa da mente humana</p> <p>Inclui reflexão, síntese, contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> • De difícil estruturação • De difícil captura em máquinas • Frequentemente tácito • De difícil transferência

FONTE: DAVENPORT (1998, p.18)

A informação é definida por Choo (2006, p.119), como sendo usada “para responder uma questão, solucionar um problema, tomar uma decisão, negociar uma posição ou dar sentido a uma situação”. Informação é uma mensagem com dados que fazem diferença, podendo ser audível ou visível, e onde existe um emissor e um receptor. É o insumo mais importante da produção humana. “São dados

interpretados, dotados de relevância e propósito” (DRUCKER, 1999, p.32). É um fluxo de mensagens, um produto capaz de gerar conhecimento. É um meio ou material necessário para extrair e construir o conhecimento. Afeta o conhecimento acrescentando-lhe algo ou reestruturando-o.

No conceito sobre dados, informação e conhecimento pode-se identificar que a transformação de um dado em informação, necessariamente requer algum tipo de análise. Nesse contexto, conforme cada enfoque tem-se um tipo de informação que está apresentado a seguir.

2.1.2 Tipos de informação

Considerando a informação necessária para a tomada de decisão, Aguiar (1991, *apud* FIDELIS, 2001), analisou diversas terminologias apresentadas como segue:

a) **informação tecnológica:** O Comitê de Informação para a Indústria da Federação Internacional de Documentação (FID) define informação tecnológica como “todo conhecimento de natureza técnica, econômica, gerencial, social, etc. que, por sua aplicação favoreça o progresso na forma de aperfeiçoamento e inovação”. “Trata da informação necessária, utilizada e da informação gerada, nos procedimentos de aquisição, inovação e transferência de tecnologia, nos procedimentos da metrologia, certificação de qualidade e normalização e nos processos de produção”. (MONTALLI e CAMPELLO, 1997). De acordo com Silva *et al* (2002, p.130) a informação tecnológica:

Em nível estratégico, alimenta o ‘planejamento tecnológico’, que possibilita tomar decisões para apoiar e expandir os negócios atuais, alavancar novos dos negócios e aprimorar as capacidades tecnológicas da empresa. Em nível operacional, dá suporte ao aperfeiçoamento de produtos e processos, bem como contribui para assegurar maior qualidade e produtividade

b) **informação para a Indústria:** segundo Aguiar (1991), a informação para a indústria “é todo esforço intelectual para estimular os administradores e técnicos de uma dada empresa, pública ou privada, no sentido de aperfeiçoar suas operações e inovar métodos, processos, produtos e serviços”. Segundo ele, este aperfeiçoamento e inovação se daria por meio da conversão do conhecimento em resultados práticos. Esta tarefa requer informações sobre

oportunidades comerciais, tendências de informação quantitativa e qualitativa do mercado, conjunturas econômicas passíveis de afetar o comportamento do mercado, preços de insumos de matérias-primas e de produtos concorrentes, empresas concorrentes existentes em implantação ou planos de expansão de outras empresas, e empresas existentes fornecedoras de matérias-primas além de fornecedores alternativos;

E ainda entre os tipos de informação temos a informação para negócios que será apresentada de forma mais detalhada a seguir.

2.1.3 Informações para negócios

De acordo com Montalli e Campello (1997) as informações para negócios são aquelas que subsidiam o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais, nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado.

As informações financeiras podem ser percebidas tanto do ponto de vista interno de uma empresa, quanto do ambiente externo da organização, com base em Bufrem e Araújo (2008) do ponto de vista interno este tipo de informação demonstra o desempenho financeiro de uma empresa. Segundo Brandão *et al* (2005, CENDÓN 2002 apud BUFREM e ARAÚJO,2008) quando se trata do ambiente externo, estas informações estão relacionadas ao mercado financeiro, informações para investimento, disponibilidade de assistência financeira, taxas de câmbio, custo de crédito. No Brasil, as informações financeiras se relacionam com as atribuições do Banco Central do Brasil (Bacen), instituição a quem é atribuída a responsabilidade de estabelecer uma política monetária e cambial, ou seja, pela estabilidade da moeda, controle do crédito e dos fluxos de capital estrangeiro e pela estabilidade do sistema financeiro Borges,Carvalho(1998, apud BUFREM e ARAÚJO,2008) .

As informações estatísticas, de acordo com Bufrem e Araújo (2008) são obtidas a partir de pesquisas situadas dentro de um campo teórico, utilizando técnicas estatísticas reconhecidas na comunidade científica, desempenham a função de demonstrar índices econômicos ou estatísticos sobre empresas, indústrias, comércio, produtos e serviços e podem ser consideradas como ferramenta de apoio para o conjunto das informações para negócios de acordo com Brandão *et al* (2005 e Cendón 2002 apud BUFREM e ARAÚJO, 2008). Este tipo de

informação consiste de dados como Produto Interno Bruto (PIB), renda per *capita*, níveis de preços, taxas de inflação e previsões econômicas Cendón (2002 *apud* Brandão *et al*, 2005). No caso das indústrias, as informações estatísticas incluem dados de censo por tipo de indústria, dados como Produto Interno Bruto (PIB), renda per *capita*, níveis de preços, taxas de inflação e previsões econômicas ,ainda, emprego, volume de vendas, produção e estatísticas de comércio exterior. Os dados de censo demográfico consistem, por exemplo, no número de habitantes de um país, região, cidade ou estado e nas características detalhadas da população (sexo, idade, estado civil, escolaridade, filhos, renda) e de suas residências (tipo e tamanho, número de pessoas por unidade).

As informações mercadológicas trazem as análises de fatias de mercado, padrões de consumo e gastos de consumidores, estudos de seu comportamento e estilos de vida, pesquisas de opinião, informação sobre investimento em propaganda por diversos setores e medidas de audiência de canais de rádio e televisão Brandão, Campos, Silva (2005 *apud* BUFREM E ARAUJO, 2008).

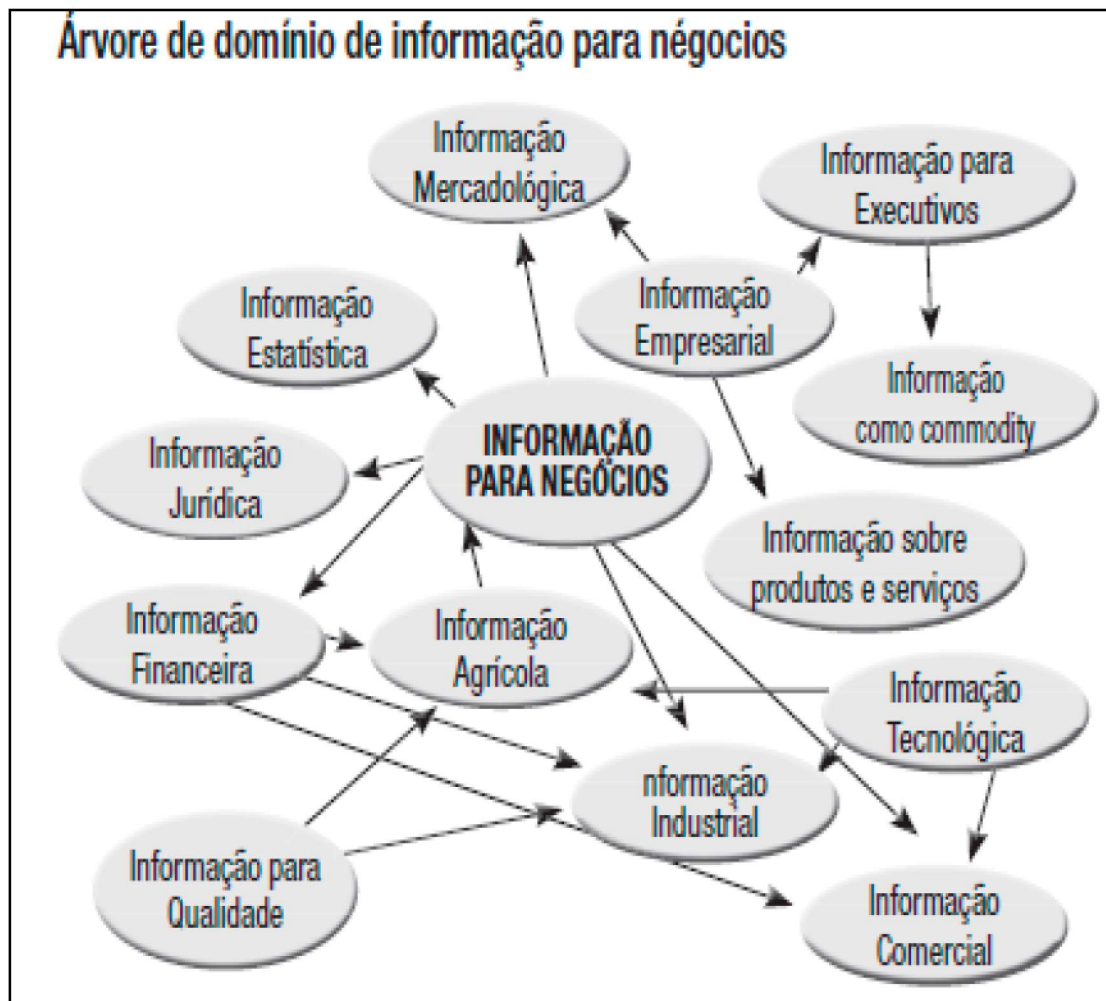
As informações sobre empresas de acordo com Cendón (2002 *apud* BUFREM E ARAUJO, 2008), são aquelas que tratam do histórico de uma empresa, diretórios com perfis de empresas e informações sobre fusões e aquisições.

As informações jurídicas são para Bufrem e Araujo (2008) relativas a leis e regulamentação de impostos e taxações que afetam o negócio ou possibilitam investimento em áreas com menor carga tributária. São informações que fazem saber ao empreendedor as obrigações e restrições relacionadas ao funcionamento do seu negócio.

Abrangem conforme Bufrem e Araujo (2008) a legislação referente às normas de concorrência, às normas técnicas e metrológicas. Quando a empresa pretende atingir os mercados externos, fica sujeita à legislação e às normas de outros países. Segundo Brandão *et al* (2005, *apud* BUFREM e ARAUJO, 2008), a principal característica dessas informações é que, embora nem todas as instituições as produzam, elas afetam diretamente o negócio, pois o não-cumprimento de uma lei leva o infrator a ser punido, ou seja, os órgãos governamentais têm o poder de fiscalização e punição.

A seguir, a Figura que apresenta uma árvore de domínio com os termos relacionados à informação para negócios.

FIGURA 1 - ARVORE DE DOMÍNIO DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS.



FONTE: Bufrem e Araújo (2008,p.10)

Como aspectos do uso da informação para negócio, Cohen (2002, apud BRANDÃO, 2004) destaca:

- a) a redução de custo;
- b) a criação de valor, que amplia a possibilidade de lucro e de satisfação do cliente;
- c) a inovação, que proporciona a criação de novos tipos de produtos, serviços e de negócios e que, conseqüentemente, agrega valor ao negócio;
- d) a redução do risco, ao qual toda organização esta sujeita em um processo de mudança, processo este cada vez mais constante em um mercado globalizado;

e) a diferenciação do produto agregando valor para o cliente e visando conquistar vantagem competitiva sobre os concorrentes;

De acordo com Fidelis (2001) o tipo de informação predominante nas necessidades de busca determinadas pelos executivos será definido pelos seus propósitos ao se conceber o serviço de inteligência empresarial.

A análise do domínio de informação para permite identificar a diversidade e a interdependência desse tipo de informação e isso expõe importância de uma prática criteriosa em sua busca, recuperação e utilização, bem como na sua interpretação. (COHEN, 2002, apud BRANDÃO, 2004)

São informações mercadológicas as condições políticas, regulatórias e econômicas de um país ou região, as inovações e transferências tecnológicas, os valores culturais, sociais e demográficos de uma população e as questões ecológicas a que as organizações estão submetidas (DAFT, 2002).

A “ciência” da existência de informações que subsidiem o processo de tomada de decisão, de quem a produz, de sua disponibilização, da forma como utilizá-las, pode ser fator determinante para o posicionamento do setor industrial no mercado. Mas, para isso, Aguiar (1991 *apud* Januzzi e Montalli, 1999) ressalta que as decisões devem ser subsidiadas por informações adequadas que contribuam para torná-las menos subjetiva e, conseqüentemente, reduzindo as incidências de riscos.

Dessa forma, a agregação entre tecnologia, negócios e informação como um termo composto que identifica, dentro de uma área maior de conhecimento, um nicho de atuação importante e necessária para a competitividade da indústria/empresa. De acordo com Januzzi e Montalli (1999, p.2), “ciência, tecnologia e negócios são as palavras de ordem no mundo atual, que formam o tripé da competitividade global.”

Para atender a demanda de informação para negócios, produtos e serviços de informação podem ser úteis.

2.1.3.1 Serviços de Informação para negócios

De acordo com Borges e Carvalho (1998), as organizações necessitam de informação disponibilizada com rapidez e precisão, que apresente o contexto atual do mercado e da economia nacional e internacional. Diversos são os produtos e

serviços de informação que as autoras identificam como relevantes como: fontes de financiamento, processos de produção, controle de qualidade, gestão organizacional, bem como sobre fornecedores de máquinas e equipamentos.

De acordo com Montalli e Campelo (1997), as fontes e os canais informacionais podem ser categorizados em dois tipos: formais e informais. Fontes formais são aquelas obtidas através de publicações, livros, periódicos, teses, patentes, entre outras. Fontes informais são conversas, seminários, contatos telefônicos, fornecedores, *folders*, entre outras.

Borges e Carvalho (1998) ressaltam que as empresas brasileiras nessa área têm grande potencial para atuar com informação para negócios com maior agregação de valor a informação com a prestação de serviços como prospecção tecnológica, resposta técnica, serviços de biblioteca, consultoria, prospecção tecnológica, extensão tecnológica, consulta a bases de dados, diagnósticos, estudos de viabilidade, análise de mercado, pesquisa de mercado, entre outros. Discorrem que a base para a prestação de serviços de informação para negócios, conforme Abel (1990 *apud* BORGES e CARVALHO, 1998), é identificar as necessidades, prover meios confiáveis de captação e manipulação das informações e prover o acesso as informações de acordo com as necessidades.

2.1.3.2 Produtos de Informação para negócios

Em estudo realizado com prestadores de serviços de informação para negócios, Borges e Carvalho (1998), identificam-se algumas categorias de produtos de informação foram destacadas: resposta técnica, boletins, cursos, eventos, montagem de bases de dados, manuais, guias, *folders*, vídeos, e outros.

Pode-se observar de acordo com Borges e Carvalho (1998) que as empresas estão ávidas por produtos e serviços de informação que atendam as suas necessidades informacionais.

É necessário entender os conceitos de informação para realizar estudos de necessidades de informação, assim como, o uso dessas e adequá-los ao público destinatário dessas informações.

2.1.4 Necessidades de Informação

O estudo sobre a necessidade de informações, segundo Choo (2006), vem sendo realizado desde 1948 na conferência sobre informação científica da Royal Society.

O estudo das necessidades e dos usos da informação é transdisciplinar, envolvendo áreas como psicologia cognitiva, comunicação, armazenamento de informações, teoria organizacional. A informação é gerada pelos indivíduos e conforme a situação são determinados o contexto e o significado em que ela deverá ser usada. (CHOO, 2006)

Choo (2006) discorre que parte-se de um pressuposto que o indivíduo precisa de informação para mudar o seu estado atual para um estado desejado. O mesmo autor afirma que as necessidades de informação são freqüentemente pensadas em termos de necessidades cognitivas pessoais. Estas necessidades podem então, serem traduzidas em perguntas que busquem o preenchimento de lacunas no conhecimento. Logo, para satisfazer as necessidades de informação, é preciso recuperar as informações que respondam aos questionamentos elaborados. O planejamento e a tomada de decisões são os principais geradores de necessidades cognitivas de informação.

A necessidade de informação surge de problemas, incertezas e ambigüidades encontradas em experiências e situações específicas de uma organização. Cada situação e experiência são compostas de um grande número de fatores que se relacionam não somente ao assunto em questão, como também a fatores contextuais como o estilo organizacional, restrições funcionais, consenso e definição clara de objetivos, grau de risco e normas profissionais. (CHOO, 2006).

Mediante uma necessidade, de acordo com Choo (2006), primeiramente o indivíduo define suas necessidades então inicia a busca de informações, então manifestam alguns comportamentos típicos como selecionar fontes, articular um questionamento ou uma pergunta, extrair a informação, avaliar, entender, modificar e expandir a busca e então fazer o uso, com a seleção das mensagens importantes, e isso faz uma mudança no comportamento do indivíduo e na sua capacidade de agir.

A necessidade pode seguir por três caminhos. Na primeira possibilidade, a pessoa com necessidade informacional pode preferir evitar a situação problemática,

de maneira a não ser necessário buscar informações. Pode também procurar, na sua própria memória, a informação que necessita. Por último, pode tomar a iniciativa explícita de busca de informação no meio externo. Essa informação também pode ser adquirida de forma incidental ou não proposital, por meio de rotinas como a exploração ou varredura de fontes (por exemplo, na Internet ou em outras fontes),(CHOO, 2006).

A necessidade humana de informação de acordo com Taylor (1968, apud Choo, 2006), passa por quatro níveis:

- a) visceral: a pessoa tem uma vaga sensação de satisfação, uma espécie de vazio de conhecimento que pode se tornar concreta a partir do momento que a importância dessa informação cresce.
- b) consciente: quando a importância da informação cresce, esse momento, ela passa para o nível consciente, quando a pessoa consegue descrever mentalmente a área de decisão, para isso a pessoa pode consultar colegas e amigos para reduzir a ambigüidade.
- c) formalizado: No momento que se reduz a ambigüidade de forma suficiente, a necessidade passa ao nível formalizado, nesse período o indivíduo já é capaz de realizar uma descrição racional da necessidade de informação, que pode ser expressa por exemplo por meio de uma pergunta ou tópico. Nessa etapa o usuário é capaz de fazer uma descrição formal, sem considerar fontes de informação disponíveis.
- d) adaptado: a necessidade de informação finalmente apresentada, após a interação com uma fonte ou sistema de informação, possibilitando a reformulação da questão, isso caracteriza o nível adaptado.

O entendimento das necessidades de informação por múltiplos níveis destaca o princípio de que entender uma necessidade de informação vai além de encontrar informações que respondam a questão expressa nas perguntas ou tópicos descritos pelo indivíduo. No nível formalizado ou adaptado de acordo com Choo (2006, p.101) “quanto mais a informação obtida for capaz de se adaptar-se com as necessidades viscerais e conscientes, mais o indivíduo sentirá que a informação é pertinente, significativa ou útil”. Dessa forma, a informação terá valor agregado e apresenta a criação de significado a aquele que dela necessita.

Nas organizações pode-se observar que o comportamento referente às necessidades informacionais é similar ao comportamento individual, que os elementos cognitivos definem os dados que as organizações preferem usar, sendo que algumas organizações definem dados pessoais ou subjetivos como fontes validas de informação, sendo que outras preferem dados formais e objetivos. (CHOO, 2006).

Para identificar as necessidades de informação de empreendedores de empresas incubadas, com base em Carvalho e Neves (2000), alguns itens devem ser analisados: perfil e área de formação dos empreendedores, as características da empresa e seu estágio de desenvolvimento e localização. Os autores ressaltam em estudo realizado com empresas da área de biotecnologia que informações sobre aspectos formais e legais para abertura de empresas, produtos e serviços, fontes de recursos financeiros e aspectos relacionados a fontes de informação e informação para negócios, assim como, registro de seus produtos pode caracterizar possíveis necessidades de informações para essas empresas.

Com base nesses autores, pode-se identificar que diretamente relacionado com as necessidades de informação, tem-se a busca de informação que é a seqüência do processo das necessidades de informação.

2.1.5 Busca e Uso

Para Choo (2006, p.102) “a busca de informação é o processo no qual o indivíduo engaja-se decididamente em busca de informações capazes de mudar seu estado de conhecimento”.

O meio em que se busca informação pode ser diferenciado, Kuhthaul (apud Choo, 2006) propõe seis estágios do processo de busca das informações: seleção, exploração, formulação, coleta, apresentação.

Ellis e Ellis (1989, apud CHOO, 2006) apresentam um modelo de busca de informação com oito atividades de busca: iniciar que corresponde à busca inicial da informação, identificar fontes de informação de interesse que podem servir como ponto de partida, então, encadear, vasculhar, diferenciar, monitorar, extrair, verificar e finalizar.

Autoras como Fialho (2010), Crespo e Caregnato (2003) apresentam os estágios do modelo ISP (*Information Search Process*) de Kuhlthau (2004) que são os seguintes:

Iniciação: neste estágio a pessoa se torna inicialmente consciente da falta de conhecimento ou entendimento. Também é nesta etapa que as sensações de incerteza e apreensão são comuns. Neste ponto, as tarefas são meramente de reconhecer as necessidades de informação. As ações freqüentemente envolvem possibilidades de discussão de tópicos e de acessos.

Seleção: durante esta etapa a tarefa é identificar e selecionar tópicos gerais para serem investigados ou localizar a uma maneira de obtê-los.

Exploração: é caracterizada por sensações de confusão, de incerteza e de dúvida, que freqüentemente aumentam no decorrer deste período. Nesta etapa o indivíduo busca por informações relevantes a respeito de um tópico genérico.

Formulação: nesta etapa a pessoa apresenta um direcionamento para o seu estudo. Para o modelo este é considerado um momento decisivo, pois o sentimento de incerteza diminui e a pessoa sente-se mais confiante.

Coleta: neste período o usuário já possui um senso de direção bem definido, sabendo que caminho irá tomar e sente-se mais confiante. Outro aspecto que ocorre durante a etapa da “coleta” é a maior interação do usuário com os sistemas de informação. Esta característica ocorre de um modo mais efetivo durante esta etapa, comparando-se a outros momentos do processo.

Com base em autores como Choo e Kuhthaul, pode-se observar uma abordagem centrada no usuário e aspectos cognitivos, levando em consideração os sentimentos, as percepções, o modo como as pessoas aprendem e o indivíduo como ser humano ativo e criativo.

Assim como no estudo das necessidades de informação, a busca de informações por organizações se assemelha ao processo individual, sendo que três atividades de acordo com Choo (2006) constituem a criação de significado no comportamento de busca de informações por organizações: sondar, vasculhar e interpretar.

A sondagem envolve, segundo Choo (2006, p.162), “vasculhar todo o ambiente de forma sistemática”, monitorando o ambiente de forma a identificar desenvolvimentos que possam ter impacto a organização, sendo realizando uma

sondagem geral que possibilite que determinados fatos sejam notados, inclusive com informações detalhadas para um exame mais detalhado.

Toda mudança no ambiente provoca sinais que as organizações precisam se atentar. Choo (2006) apresenta que alguns sinais são fracos difíceis de detectar, outros são confusos difíceis de analisar, outros falsos que podem não indicar uma mudança real. Aquele que busca a informação deverá observar e prestar atenção em diversos sinais que um ambiente dinâmico pode proporcionar.

O processo de uso de informação, de Taylor (1991, *apud* CHOO 2006, p. 109) propõe oito classes de uso da informação:

Esclarecimento: a informação é utilizada para criar um contexto ou dar significado a uma situação, procurando encontrar situações ou experiências semelhantes sobre um determinado assunto;

Compreensão: a informação é usada de uma maneira bem específica, para permitir melhor compreensão de um determinado problema;

Instrumental: a informação é utilizada para que o indivíduo saiba o quê e como fazer, tal como um manual de procedimentos;

Factual: a informação é usada para determinar os fatos de um fenômeno ou acontecimento para descrever a realidade;

Confirmativa: a informação é usada para verificar outra informação, para poder creditar confiança ou não;

Projetiva: a informação é usada para prever o que provavelmente vai acontecer no futuro, tais como em previsões, estimativas e probabilidades;

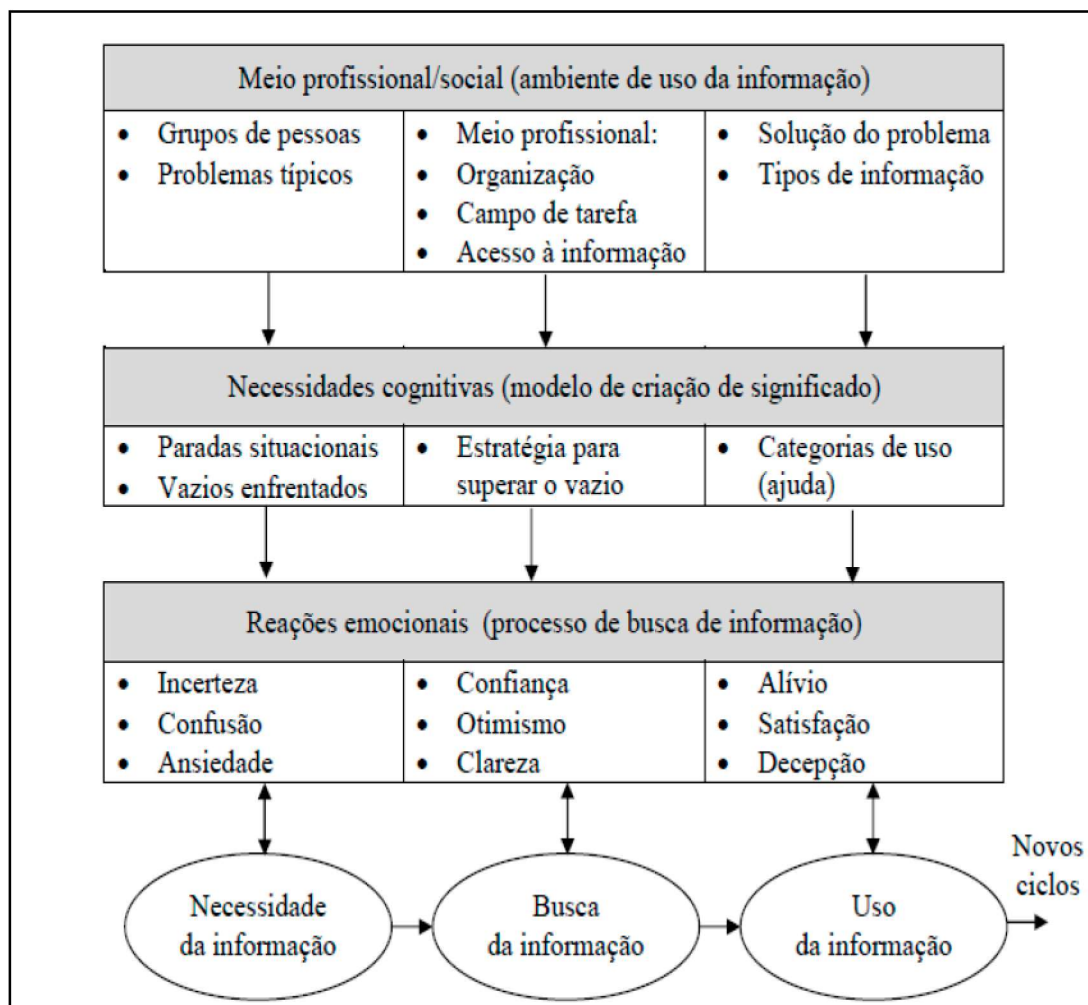
Motivacional: a informação é utilizada para iniciar ou manter o envolvimento do indivíduo, para que ele prossiga num determinado curso de ação;

Pessoal ou política: a informação é usada para criar relacionamentos ou promover uma melhoria de status, de reputação ou de satisfação pessoal.

Entre os elementos mais importantes de busca e uso de informação estão a relação que a informação é impactada pelo tipo de educação do indivíduo, treinamento, experiência passada, preferências pessoais entre outros.

A seguir, na Figura 2, apresenta-se um modelo de necessidades e busca de informação, o qual indica que o comportamento de busca é influenciado por fatores cognitivos, emocionais e situacionais, e o ciclo relacional entre as necessidades, busca e uso de informação.

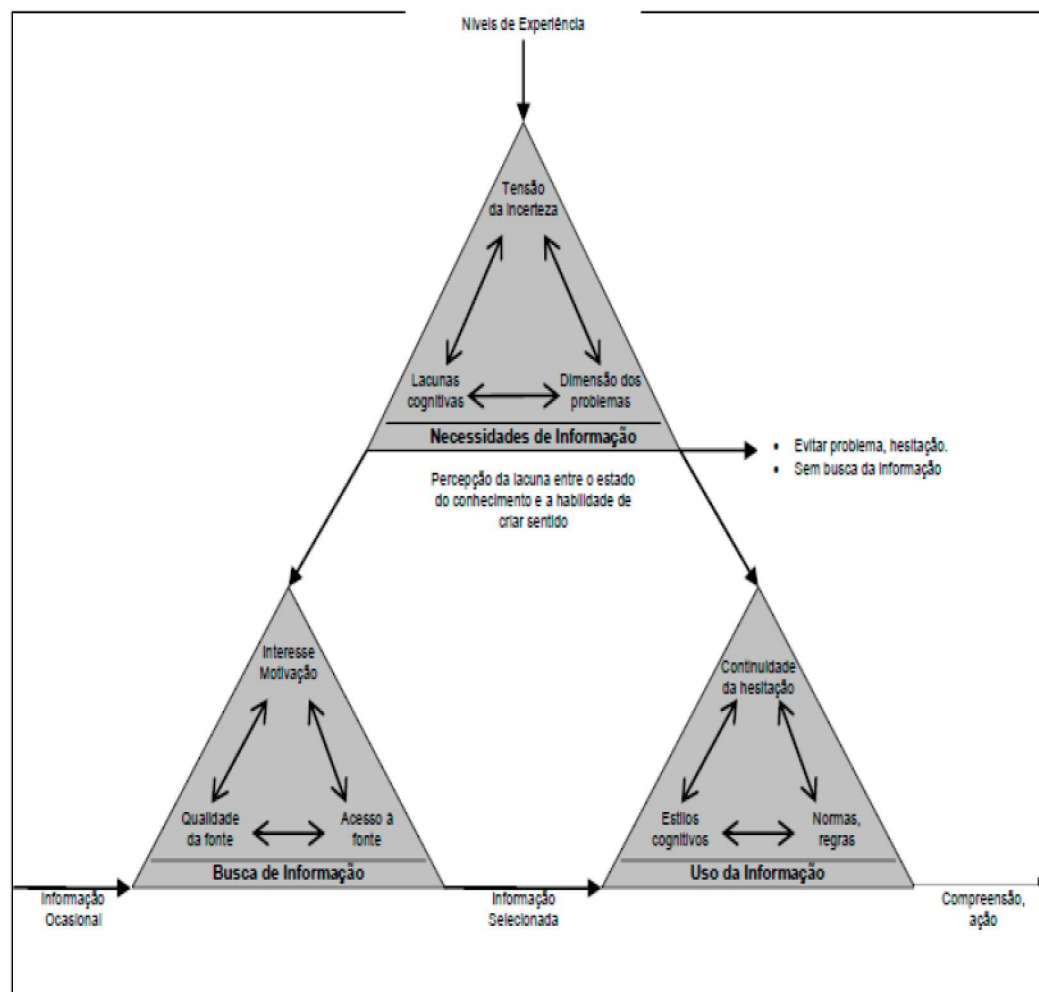
FIGURA 2 - MODELO DE USO DA INFORMAÇÃO



Fonte: Choo (2006, p.114).

Com relação a essa temática, a seguir, apresenta-se modelo integrativo proposto por Choo (2006), com base em três triângulos que abordam o ciclo de necessidades, busca e uso da informação, em suas dimensões cognitivas, afetivas e situacionais. Conforme apresentado na Figura 2, a partir de uma necessidade de informação, a pessoa passaria a um estágio onde pode buscar informação até chegar ao estágio do uso da informação, onde o indivíduo pode agir para resolver o seu problema informacional, tomar uma decisão ou até criar sentido sobre um determinado assunto. (CHOO, 2006)

FIGURA 3 - COMPORTAMENTO INFORMACIONAL: UM MODELO INTEGRATIVO



Fonte: Choo (2006, apud Pereira, 2008 p.38)

Pode-se identificar na Figura 3 todo o processo do comportamento informacional. O processo representado possibilita identificar as fases que o indivíduo passa para a tomada de decisão

Sob o viés das necessidades de informação e do foco deste trabalho, a seguir contextualização do que são Incubadoras e empresas Incubadas.

2.2 INCUBADORAS E EMPRESAS INCUBADAS

À medida que se consolida a chamada Era da Informação e do Conhecimento, de acordo com Carvalho *et al.*(2004), o contexto empresarial

característico desta era, de intensa mudança tecnológica e alta competitividade, tem colocado às empresas grandes desafios e os empreendedores à frente desses novos negócios são, mais do que nunca, agentes dos processos de inovação e desenvolvimento (FERREIRA e ZUIM, 1997, *apud* CARVALHO *et al*, 2004).

A atividade empreendedora segundo a Incubadora Tecnológica de Curitiba (INTEC, 2009 p.21), “é energia que gera o desenvolvimento de um país ou região”, principalmente aquela baseada no conhecimento, sendo que essa, têm desempenhando um papel crucial na economia pode-se observar uma relação direta entre os indicadores de inovação e o PIB (Produto Interno Bruto) dos países desenvolvidos.

Com base neste conceito, os formuladores de políticas públicas no Brasil têm focado cada vez mais os seus esforços na criação de instrumentos que permitam acelerar e tornar mais sustentáveis esses empreendimentos. Os países desenvolvidos, como os membros da OCDE (Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento), têm seus próprios programas de apoio à atividade empreendedora de base tecnológica e outros tipos de empresas nascentes com potencial de sucesso no mercado. (INTEC, 2009,p.21)

Observa-se em âmbito mundial a preocupação em fomentar o empreendedorismo e a inovação para empresas de bases tecnológicas. Nesse contexto, as Incubadoras de acordo com INTEC (2009), são agentes de promoção a inovação, e têm como mérito promover a competitividade em um único ambiente.

De acordo com Paletta (2008), as incubadoras de base tecnológica abrigam empresas cujos produtos, processos e/ou serviços são resultado de pesquisa científica que representam alto valor agregado.

Ainda de acordo com Paletta (2008), as incubadoras apóiam as empresas de biotecnologia, tecnologia da informação, eletroeletrônico, meio ambiente, medicina e saúde, e outras que reúnam profissionais com capacidade técnica, gerencial e administrativa com o objetivo comum de fornecer suporte às micro e pequenas empresas no desenvolvimento e consolidação empresarial. Disponibilizam infraestrutura e serviços de apoio financeiro, marketing e administração, de forma que todas as empresas sejam assessoradas com foco na sustentabilidade empresarial.

Paletta (2008) discorre que os principais objetivos de uma incubadora são:

- atender à demanda por produtos e serviços associados ao parque industrial suprimindo deficiências existentes;

- promover mecanismos de integração universidade-empresa, ampliando e difundindo a cultura empreendedora no meio acadêmico;
- promover a capacitação de empreendedores na comunidade científica;
- garantir que novos produtos e serviços resultantes da pesquisa básica e tecnológica possam chegar ao mercado consumidor;
- contribuir para o desenvolvimento regional por meio da criação de empregos e geração de renda;
- oferecer oportunidade aos acadêmicos de transformar idéias em produtos, processos e serviços baseados em tecnologias inovadoras, pelo acesso a uma infra-estrutura de apoio empresarial;
- fortalecer empresas na fase "embrionária", enfatizando a formação do empreendedor, o amadurecimento do projeto e a estruturação do negócio;
- possibilitar aos empreendedores o uso de serviços, infra-estrutura e espaço físico, sob obrigações e condições estabelecidas;
- facilitar o acesso a inovações tecnológicas e gerenciais.

Segundo informações da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC, 2011), no Brasil, as primeiras incubadoras surgiram a partir da década de 80, por iniciativa do CNPq, com cinco fundações tecnológicas foram criadas, em Campina Grande (PB), Manaus (AM), São Carlos (SP), Porto Alegre (RS) e Florianópolis (SC).

Após a implantação da ParqTec – Fundação Parque de Alta Tecnologia de São Carlos, em dezembro de 1984, começou a funcionar a primeira incubadora de empresas no Brasil, a mais antiga da América Latina, com quatro empresas instaladas, sendo que nessa década quatro incubadoras foram constituídas no país, nas cidades de São Carlos (SP), Campina Grande (PB), Florianópolis (SC) e Rio de Janeiro.

Apesar da inauguração das primeiras incubadoras brasileiras, elas somente se consolidaram, como meio de incentivo para atividades e produção tecnológica, a partir da realização do Seminário Internacional de Parques tecnológicos, em 1987, no Rio de Janeiro. Nesse mesmo ano, surgia a ANPROTEC, que passou a representar não só as incubadoras de empresas, mas todo e qualquer empreendimento que utilizasse o processo de incubação para gerar inovação no Brasil.

O Estado do Paraná também tem se destacado com iniciativas de fomento ao empreendedorismo e inovação. De acordo com a INTEC (2009), como o estado apresenta boa disponibilidade de instituições de ensino superior, isso possibilita uma importante fonte de profissionais qualificados.

De acordo com a INTEC (2009), as incubadoras auxiliam jovens recém formados em universidades a tornarem-se empreendedores, possibilitando a utilização dos conhecimentos adquiridos durante o curso, possibilitando que seja cumprida a função desses jovens para com a sociedade.

O Anuário de expressão e inovação (2006) discorre que o PIB brasileiro cresce em torno de 3% ao ano, no entanto, um grupo em torno de 5 mil empresas de base tecnológica, apresentam crescimento superior a 20% ao ano, sendo a sua maior parte com faturamento inferior a 10 milhões que geram 28,5 mil empregos e cerca de 4 milhões de riquezas.

O termo 'empresa de base tecnológica' (EBT) para Santos (1987, p.2 *apud* Bezerra, 2007), significa "um conjunto de empresas operando em setores de alta tecnologia". De acordo com Antonini (1992) as empresas que fazem parte de incubadoras e parques tecnológicos tem como seu principal insumo de produção o seu conhecimento científico e tecnológico. Empresa incubada, portanto, é aquela que se associa a uma incubadora e usufrui os seus serviços.

O processo de incubação conforme Bezerra (2007) é realizado em fases: implantação ou concepção: é o estágio inicial que o conceito para um novo negócio é definido; crescimento ou desenvolvimento: durante esta etapa, é contínua a pesquisa de mercado, o capital inicial já é prospectado e o protótipo do produto ou a definição do serviço já deve estar finalizado e a equipe gerencial já está definida e começa a expandir-se. Pode-se observar o início do processo produtivo. A Consolidação e comercialização: esta etapa caracteriza-se pela produção em escala e desenvolvimento de mercado. A Liberação: último estágio da empresa incubada, momento que a empresa está preparada para as demandas do mercado. A Figura 4 ilustra as fases do processo de incubação de empresas.

FIGURA 4 – PROCESSO DE INCUBAÇÃO DE EMPRESAS



FONTE: Nintec /Ufla (2011)

De acordo com Campos e Barbosa (2008), o que também pode ser observado na figura 4, a empresa incubada ou residente passou por um processo de seleção e está fisicamente instalada em uma incubadora, usufruindo dos serviços disponibilizados por esta e passa por fases. A empresa pré-incubada normalmente não está instalada fisicamente, mas recebe suporte no seu plano de negócios com o objetivo de ser abrigada pela incubadora. Após um período e atendidas algumas exigências de desempenho, a empresa é liberada tornando-se uma empresa graduada. Então as empresas nessa fase podem usufruir de alguns serviços das incubadoras, no entanto, sem ocupar espaço físico. A graduação representa importante fase para as empresas incubadas passando de interna (pré-incubada ou incubada) para externa (graduada).

As incubadoras e empresas incubadas precisam inovar, dessa forma, a inovação é base para essas empresas, as esferas governamentais preocupam-se com essa questão conforme pode-se observar a seguir.

A União, os estados, Distrito Federal, os Municípios e as respectivas agências de fomento poderão estimular e apoiar a constituição de alianças estratégicas e o desenvolvimento de projetos de cooperação envolvendo empresas nacionais, ICT e organizações de direito privado sem fins lucrativos voltadas para atividades de pesquisa e desenvolvimento, que objetivem a geração de produtos e processos inovadores e apoio previsto poderá contemplar as redes e os projetos internacionais de pesquisa tecnológica, bem como ações de empreendedorismo tecnológico e de

criação de ambientes de inovação, inclusive incubadoras e parques tecnológicos. (BRASIL, 2004).

A essência do paradigma tecnológico contemporâneo está intrinsecamente relacionada com o processo contínuo de inovação, de acordo com Silva *et al* (2002, p.138), “os futuros estudos sobre necessidade de informação setoriais deveriam levar em conta o fato de a inovação tecnológica caracterizar uma determinada gama de atividades técnicas voltadas para processos e produtos que resultam em vantagens competitivas e que estão relacionadas à criatividade técnica.”

Propõe-se que o conceito de necessidade de informação seja realmente utilizado em uma perspectiva mais ampla, incorporando não apenas as demandas informacionais dos usuários, mas também aquelas informações capazes de provocar mudanças ou alterações nos processos decisórios, de aprendizagem, de criação do conhecimento e de inovação tecnológica.

2.3 PATENTES

Diretamente relacionada com as incubadoras em empresas incubadas, tem-se a necessidade de apropriação tecnológica com o uso de patentes. Conforme Campos (1997 *apud* PAVITT,1984; AGUIAR,1995; TEERCE,1986) destacam a importância da apropriação tecnológica para capacitar as empresas a se apropriarem dos ganhos gerados pela inovação.

Campos (1997) destaca que a “existência de uma legislação de patentes é um fator que induz a regimes de apropriabilidade mais fortes”. O documento de patente é um registro de propriedade industrial ao mesmo tempo em que contém informações que podem ser de utilidade para as atividades de desenvolvimento tecnológico. Há uma relação muito forte entre a apropriação da tecnologia e a informação, referente tanto aos mecanismos de garantia de propriedade e de transferência de tecnologia, quanto à informação contida nos documentos de patentes que é o principal registro de propriedade. Quanto mais forte for o regime de apropriabilidade, mais difícil será para os competidores “copiarem” a tecnologia.

Desde o ano de 2006, existe a lei que regula os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, incluindo a concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade, de acordo com essa lei “é patenteável a invenção que atenda

aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial.” (BRASIL, 2006)

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), conforme França (1997) foi criado pela lei 5.648/70, é o órgão governamental brasileiro encarregado do controle da concessão de patentes e registro de marcas. O INPI apresenta a definição de patentes como: “é um título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade, outorgados pelo Estado aos inventores ou autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação.” (INPI, 2011)

Para a inovação tecnológica, de acordo com França (1997), as patentes propiciam importante fonte primária de informação tecnológica, pois permite o conhecimento de novas tecnologias e de inovações basilares para a indústria, de forma mais rápida e a partir da descrição original do invento. Albuquerque (2008), afirma que “as patentes, portanto, devem ser estudadas enquanto um dos mecanismos de apropriação de inovações utilizados pelas economias capitalistas” pode-se observar, portanto a relevância das patentes para as organizações.

Considera-se de acordo com Albuquerque (2008) o registro de patente como, codificação de uma inovação e as inovações tecnológicas se constituem em um tipo especial e decisivo de inovação, discorre que o aproveitamento das oportunidades tecnológicas com as garantias de apropriação, possibilitam ganhos resultantes da inovação.

Para Cordeiro (2010), as patentes geram direitos transferíveis, que são ativos “invisíveis” que dão valores às empresas de pequeno porte. Empresas menores têm em seu capital social a maior parte do seu valor, principalmente em empresas inovadoras. Um modo de assegurar que o conhecimento retido pela empresa tenha valor é por meio dos registros de patente.

Bufrem, Pereira e Zanon (2004), destacam quais os benefícios que podem ser obtidos das informações de patentes. Referente à informação tecnológica, as patentes podem subsidiar informações de tendência de desenvolvimento tecnológico, as principais tecnologias, isso possibilita o direcionamento das pesquisas de desenvolvimento, assim como prever novos produtos. Sobre a informação para negócios, o uso de patentes pode-se prover a tendências tecnologia do negócio, tendência do desenvolvimento do produto, e possibilita nesse aspecto definir a estratégia de negócios de tecnologia.

Pode-se observar na literatura que diversas são as possibilidades de uso de patentes, para garantir a apropriação tecnológica. Pode-se citar, de acordo com França (1997), que as patentes possibilitam a apresentação da informação mais recente em determinado setor tecnológico, indica as tendências de ramificação do desenvolvimento de uma área industrial, de acordo com as características regionais, em termos de economia, recursos naturais, mercado etc., e pode-se considerá-las como um alerta tecnológico para uso de empresas e governos e ainda disponibiliza a informação técnica bem antes que das demais fontes, na maioria dos casos, ela está disponível antes do produto estar no mercado.

3 METODOLOGIA

Nesta seção são apresentadas a caracterização da pesquisa, a coleta, processo de sistematização e análise dos resultados.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A abordagem é de caráter qualitativo, sendo que de acordo com Godoy (1995) esse tipo de pesquisa difere-se quanto ao método, à forma e aos objetivos. Configura-se como uma pesquisa de caráter descritivo, com o intuito de identificar informações que subsidiem a identificação das necessidades e usos de informação dos empreendedores de empresas incubadas.

Foi realizada, em um primeiro momento, uma pesquisa exploratória com o intuito de identificar e analisar a produção científica pertinente ao tema. É considerada exploratória, devido ao fato que até o presente momento, os estudos na temática de necessidades e usos de informação são poucos. Conforme definido por Mattar (1996, p. 18), a “pesquisa exploratória visa prover o pesquisador de maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva. Por isso, é apropriada para os primeiros estágios de investigação”.

3.2 AMBIENTE DA PESQUISA

A Pesquisa foi realizada com 3 (três) empresas na Incubadora tecnológica de Curitiba (INTEC) sediada no Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR). Além das três empresas, um gestor da INTEC também participou do estudo.

A INTEC foi fundada em 1989 com o objetivo de ser instrumento efetivo para viabilização de projetos de transferência de tecnologia, facilitando, a criação de empresas de base tecnológica. (INTEC, 2009)

A INTEC propôs assessorar empresas que pelas características dos seus produtos, processos, ou serviços gerados apresentassem a tecnologia como insumo de produção, atuando em setores como: metal-mecânica, novos materiais, informática, engenharia e biomédica. No ano de 2009, 77 empresas passaram pela INTEC como incubadas.

Atualmente, a INTEC tem 9 (nove) empresas em fase de incubação.

3.3 UNIVERSO DA PESQUISA

Para a definição do universo foi realizada pesquisa na web para identificar Incubadoras de Base Tecnológica no Paraná.

A partir de uma visita a INTEC, sediada TECPAR, identificou-se nove (9) empresas de base tecnológica em fase de incubação que poderiam compor o estudo. Assim, foram enviados, por e-mail, questionários a todas as empresas. Das nove (9), apenas três (03) empresas deram retorno. (Quadro 2)

QUADRO 2 - EMPRESAS PESQUISADAS

AMBIENTE DE PESQUISA		
INSTITUIÇÃO	LOCALIZAÇÃO	CARACTERÍSTICAS:
SOLBRAVO Desenvolvimento de Tecnologias Sustentáveis S/A	TECPAR/INTEC (Curitiba-Cidade Industrial)	A SOLBRAVO S/A atua com o desenvolvimento de tecnologia para integrar a energia solar em edificações.
HIT Tecnologia em Saúde Ltda	TECPAR/INTEC (Curitiba-Cidade Industrial)	Desenvolvimento de sistemas de informação em saúde
EngeMOVI Engenharia	TECPAR/INTEC (Curitiba-Cidade Industrial)	Engenharia de automação e projetos mecânicos com atuação em automação, controle, visão de máquina e instrumentação. Trabalha desde a especificação, cálculos de engenharia, projeto mecânico 3D, projeto e desenvolvimento de Hardware e Software, prototipagem, fabricação, integração, ensaios, comissionamento e documentação.

FONTE: A Autora (2011)

3.4 COLETA DE DADOS

A pesquisa foi realizada com empreendedores de empresas incubadas de base tecnológica vinculados a INTEC do TECPAR e com o gestor da Incubadora.

Para a identificação das necessidades de informação dos empreendedores de base tecnológica que é o foco desse estudo, foi elaborado um o instrumento de coleta (questionário) construído em formulário eletrônico com o uso de site especializado em ferramenta gratuita de construção de formulário. Acredita-se que o

instrumento eletrônico dá mais liberdade para responder, há menor influência do aplicador e maior prazo para respondente, minimizando possíveis distorções.

Diehl e Tatim (2004), apontam que o questionário é um instrumento de pesquisa que se adequa a dinâmica das organizações, visando influenciar o mínimo possível no tempo de resposta e reduzir possíveis distorções destas, portanto, devido ao explanado pelas empresas escolheu-se esse instrumento de pesquisa.

Foram elaborados dois questionários. Um para os empreendedores das empresas incubadas e outro para o gestor da INTEC. Os questionários foram elaborados com base na literatura especialmente, em Neves e Carvalho (2000) e na literatura de informação para negócios destacadas no item 2.1.3 deste trabalho. Os instrumentos de coleta foram construídos em categorias: a) caracterização do perfil do respondente, b) características das empresas, c) necessidade de informação para negócios e d) necessidade de apropriação tecnológica, compreendendo os seguintes conteúdos de possíveis necessidades de informação:

- área de formação e experiência profissional do empreendedor;
- estado de desenvolvimento das empresas incubadas;
- obtenção de recursos financeiros;
- atendimento a exigências formais e legais;
- informações referente a fornecedores para obtenção de componentes e matéria prima;
- fontes de informação utilizadas;
- identificar informações do ambiente interno e externo: mercado, concorrentes, órgãos reguladores, fornecedores para as empresas de selecionadas;
- produtos ou serviços de informação;
- identificar as necessidades de apropriação tecnológica e de mercado com uso de patentes.

Na construção do questionário utilizou-se perguntas abertas e fechadas, assim como Escala Likert com o intuito de identificar o grau de importância dados pelos respondentes, foram utilizados (sem importância, pouco importante, importante, muito importante e extremamente importante), para aferição dos

aspectos de informação para negócios relevantes aos empreendedores das empresas incubadas.

Antes da aplicação da pesquisa, fez-se o pré-teste do questionário com dois professores do Departamento de Ciência e Gestão da Informação, e com um consultor na área de Incubadoras de Base Tecnológica do Estado de Santa Catarina.

Aplicou-se o pré-teste com o intuito de identificar possíveis falhas no questionário, assim como verificar se as perguntas estavam estruturadas em linguagem de fácil compreensão.

Após a validação por meio do pré-teste e a construção do formulário na web, os empreendedores discriminados na relação disponibilizada pela INTEC foram convidados a participar da pesquisa via *e-mail* que apresentava *link* do questionário hospedado em site especializado.

No Quadro 3 apresenta-se, resumidamente, a forma como foram operacionalizados os objetivos específicos desta pesquisa

QUADRO 3 – OBJETIVOS X LITERATURA X METODOLOGIA

OBJETIVO	APOIO TEÓRICO	METODOLOGIA
a) levantar, junto às entidades promotoras de empreendimentos de tecnologia, as incubadoras de base tecnológica		Pesquisa em sites na web
b) selecionar incubadoras de empresas de base tecnológica e empresas incubadas;		Visita na Incubadora INTEC
c) levantar junto aos gerentes, as principais características das empresas de tecnologia	Carvalho e Neves (2000) e item 2.2 referente as Incubadoras e empresas Incubadas	Categoria I e II, questões 1 a 5 do instrumento de pesquisa.
d) levantar junto aos gestores das empresas as principais necessidades e uso de informações para negócios e de apropriação tecnológica para as empresas selecionadas	Carvalho e Neves (2000), literatura de informação para negócios item 2.1.3, item 2.3 referente a Patentes e 2.1.4 sobre Necessidade de informação e 2.1.5 busca e uso deste trabalho	Categoria III e IV questões 6 a 14.2 do instrumento de pesquisa:
e) descrever as necessidades e uso de informações dos empreendedores de empresas incubadas	Necessidade de informação e 2.1.5 busca e uso deste trabalho	Descrição no item 4 deste trabalho: análise dos resultados.

FONTE: A Autora (2011)

3.5 SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE

Uma vez coletados os dados, foram identificadas e analisadas as necessidades de informação mais relevantes apresentados pelas empresas incubadas.

Para a análise dos dados foi utilizada a análise de conteúdo, ou seja, o conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1988, p. 42).

A análise de conteúdo possibilitou a compreensão dos elementos relevantes para a identificação das necessidades informacionais dos empreendedores de empresas incubadas de base tecnológica. Esta análise foi realizada pelas categorias atribuídas no momento da elaboração do questionário, ou seja: a) caracterização do perfil do respondente, b) características das empresas, c) necessidade de informação para negócios e d) necessidade de apropriação tecnológica. Os resultados do levantamento realizado por meio dos questionários são apresentados no item a seguir.

4 RESULTADOS: ANÁLISE E DISCUSSÃO

Neste item são apresentadas a análise e discussão dos dados produzidos a partir dos instrumentos descritos na coleta de dados.

Esse item está subdividido sob as categorias elaboradas no instrumento de pesquisa.

4.1 PERFIL DO RESPONDENTE

A primeira categoria a ser analisada nos questionários é a caracterização do perfil do respondente. Os resultados desta categoria possibilitaram identificar o grau de escolaridade dos empreendedores das empresas incubadas de base tecnológica.

O que se pode identificar no questionário enviado a INTEC, é que o gestor da incubadora tem formação direcionada a empresas de base tecnológica com formação de nível de mestrado na área de engenharia mecânica.

Pelos resultados referentes ao grau de escolaridade dos empreendedores das empresas de base tecnológica identificou-se que todos os empreendedores têm nível superior e/ou também mestrado, no entanto, não especificaram as suas áreas de formação. O gestor da Incubadora ressaltou que a principal área de formação dos empreendedores, relaciona-se as engenharias.

4.2 PERFIL DAS EMPRESAS INCUBADAS

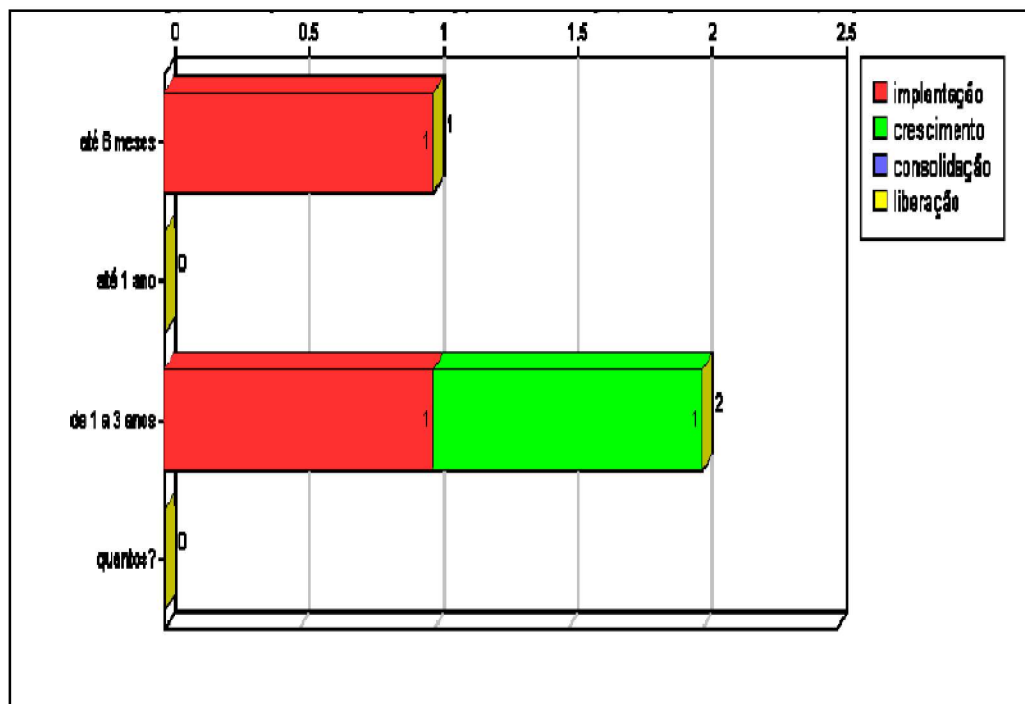
A segunda categoria analisada visou identificar as características das empresas. Elaborou-se uma pergunta para identificar o tempo das empresas, considerando que as empresas em fase de incubação de acordo com a literatura têm entre 0 a 3 anos .

Pode-se observar que as empresas têm entre 6 meses e 3 anos de incubação, sendo uma delas recém incubada com apenas 6 meses de incubação e as demais com 1 a 3 anos.

No que se refere ao estágio de desenvolvimento das empresas incubadas, elas podem ser classificadas como Implantação ou Concepção, Crescimento ou Desenvolvimento, Comercialização e Liberação. (BEZERRA, 2007)

O Gráfico 1 ilustra o tempo de incubação e estágio de desenvolvimento das empresas.

GRÁFICO 1 -: RELAÇÃO TEMPO DE INCUBAÇÃO E ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS INCUBADAS ESTUDADAS NA PESQUISA



FONTE: A autora (2011)

Pelos resultados, é possível afirmar o tempo de incubação das empresas está diretamente relacionado com o seu estágio de desenvolvimento. A empresa em fase de implantação tem 6 meses de vida e encontra-se em estágio inicial. Neste sentido, segundo Bezerra (2007) é a fase em que o conceito para um novo negócio é definido. As outras empresas se encontram em fase de crescimento ou desenvolvimento. Durante esta etapa, é contínua a pesquisa de mercado, o capital inicial já é prospectado, o protótipo do produto ou a definição do serviço já deve estar finalizado e a equipe gerencial já está definida e começa a expandir-se. Pode-se observar o início do processo produtivo. (BEZERRA, 2007)

No que se refere à localização das incubadoras e a influência no seu desenvolvimento as opiniões são divergentes. Para a Solbravo, a localização da incubadora tem pouca influência sobre os negócios instalados nela. São mais influentes a disponibilidade de laboratórios, os consultores, o espaço dos módulos, acesso a água e esgoto, o recolhimento de resíduos industriais. A HIT Tecnologia

em Saúde destaca que para o tipo de trabalho desenvolvido na sua empresa, ou seja, o desenvolvimento de sistemas de saúde, o local da Incubadora não é impactante devido ao fato que o desenvolvimento de sistemas pode ser feito em qualquer local, considerando infra-estrutura física. Já a Enge Movi Engenharia e o gestor da INTEC, acreditam que a localização da Incubadora é importante e deve levar em conta a proximidade com seus fornecedores e prestadores de serviços.

Pelos resultados obtidos pode-se identificar que, dependendo da área de atuação da empresa e do seu tipo de negócio, partindo do pressuposto que todas as empresas estão localizadas fisicamente na Incubadora, a localização pode ser relevante ou não, e que outros fatores como citados pela empresa Solbravo como laboratórios, consultores, espaço dos módulos, acesso a água e esgoto, recolhimento de resíduos industriais podem também ser relevantes.

4.3 NECESSIDADES E USOS DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS.

Nesse contexto, indagou-se ao gestor das incubadoras o que é a INTEC e identificou-se que a INTEC é a primeira incubadora tecnológica do Paraná, inaugurada em 1989, integra as atividades do Instituto de Tecnologia do Paraná, no sentido de promover o empreendedorismo de base tecnológica. Também, questionou-se de que forma as incubadoras auxiliam as empresas em estágio inicial de desenvolvimento. O gestor ressaltou o que pode também ser identificado na literatura sobre as incubadoras, que essas auxiliam na utilização de infra-estrutura e apoio gerencial. De forma específica, indica as estratégias de consolidação do negócio.

De acordo com Paletta (2008), as incubadoras apóiam as empresas de base tecnológica com o objetivo fornecer suporte às micro e pequenas empresas no desenvolvimento e consolidação empresarial. Estas disponibilizam infra-estrutura e serviços de apoio financeiro, marketing e administração, de forma que todas as empresas sejam assessoradas com foco na sustentabilidade empresarial. O apoio realizado pelas INTEC é evidenciado na pesquisa e vai ao encontro do que foi apresentado como necessidades, na opinião dos empreendedores da amostra selecionada.

Para os empreendedores a primeira questão nessa categoria foi identificar o que os empreendedores esperam de apoio das incubadoras. Verificou-se com essa

questão que as empresas esperam apoio institucional para consolidar a empresa como uma organização confiável e séria. Foram citados também: acesso a infraestrutura laboratorial e de consultoria, acesso a fontes de financiamento, apoio na escrita de projetos, facilitação na divulgação e solidez da marca, orientação no que diz respeito às direções sobre seu mercado de atuação e as empresas.

A segunda questão dessa categoria visou identificar se os empreendedores sabiam quais as exigências formais e legais na fase de implantação das empresas e estes ressaltaram que com a ajuda das incubadoras em sua fase de implantação, sabiam das exigências formais e legais que deveriam seguir para a implantação de micros ou pequenas empresas. Na opinião do gestor da INTEC as empresas no início da incubação têm essa consciência em menor grau. Mas ao final, têm um razoável conhecimento. Isto depende também da área, da incubadora e das empresas. Destaca-se, portanto, o importante papel das Incubadoras nesse processo.

De acordo com Montalli e Campello (1997) as informações para negócios são aquelas que subsidiam o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais, nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado

A terceira questão buscou identificar as necessidades e usos de informação para negócios, tendo como parâmetro os conceitos apontados na literatura na seção 2.1.3. Identificou-se que todos os aspectos de informação para negócios elencados, ou seja, tecnológicos, competitivos, comerciais e ambientais foram considerados importantes pelos empreendedores e pelo gestor das INTEC, para a gestão empresarial.

Os aspectos situação da empresa e tipos de clientes foram avaliados por uma das empresas como de pouca importância, no entanto, para as outras duas esses itens são classificados entre importantes e extremamente importantes.

Como aspectos do uso da informação para negócio, Cohen (2002, apud BRANDÃO, 2004) destaca a redução de custo, criação de valor, que amplia a possibilidade de lucro e de satisfação do cliente, a inovação, que proporciona a criação de novos tipos de produtos, serviços e de negócios e que, conseqüentemente, agrega valor ao negócio, pode-se constatar que as empresas utilizam-se de informações para negócios para a criação de valor com a identificação das informações de clientes e monitoramento ambiental conforme apresentado por

Carvalho e Neves (2000), pode-se identificar que os itens pesquisados como perfil e área de formação dos empreendedores, as características da empresa e seu estágio de desenvolvimento e localização, aspectos formais e legais para abertura de empresas, produtos e serviços, fontes de recursos financeiros e aspectos relacionados a fontes de informação e informação para negócios, assim como, registro de seus produtos caracterizam-se necessidades de informações para as empresas estudadas.

Com a questão subsequente do questionário da Incubadora Tecnológica, referente as fontes de recursos financeiros, para subsidiar empresas incubadas, indentificou-se que as principais fontes são CNPQ e FINEP. O gestor da Incubadora ressalta que as empresas podem ter dificuldades de encontrar matéria prima, no entanto, dependendo do tipo de matéria prima, as empresas já têm informações sobre a confiabilidade da mesma e os principais problemas são de caráter logístico como prazo, quantidade e preço dos produtos.

A quarta questão dessa categoria foi elaborada com o intuito de identificar a periodicidade da coleta de informações de clientes. Verificou-se que as empresas em fase de desenvolvimento costumam coletar informações de clientes e esta é realizada semanalmente e anualmente. Portanto, pode-se observar que informações de clientes são relevantes para essas empresas.

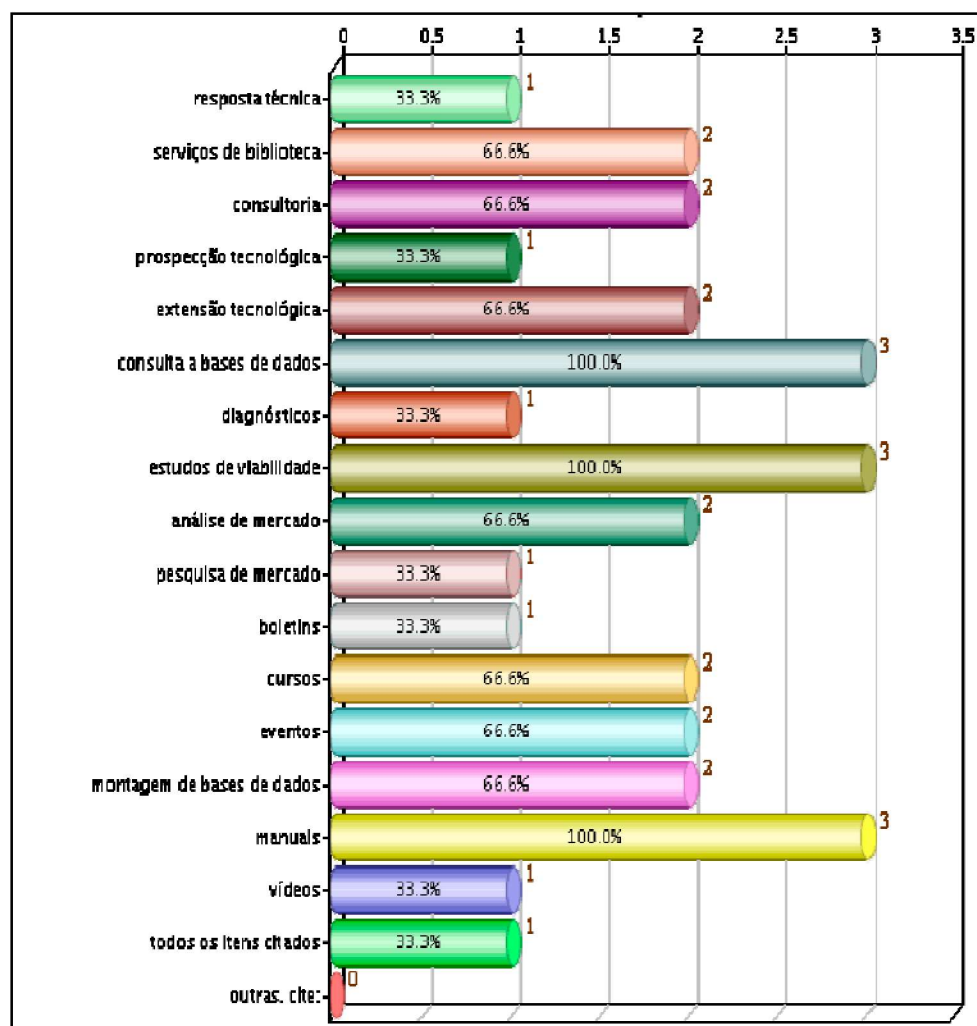
Outra necessidade de informação pesquisada foi de produtos e serviços de informação que de acordo com Montalli e Campelo (1997), as fontes e os canais informacionais podem ser categorizados em dois tipos: formais e informais. Fontes formais são aquelas obtidas através de publicações, livros, periódicos, teses, patentes, entre outras. Fontes informais são conversas, seminários, contatos telefônicos, fornecedores, *folders*, entre outras.

Em estudo realizado com prestadores de serviços de informação para negócios, Borges e Carvalho (1998), identificam-se algumas categorias de produtos de informação foram destacadas: resposta técnica, boletins, cursos, eventos, montagem de bases de dados, manuais, guias, *folders*, vídeos, e outros.

Para identificar estas necessidades, elaborou-se uma questão com base em Borges e Carvalho (1998) referente aos produtos e serviços de informação utilizados pela amostra selecionada, percebe-se que a consulta a base de dados, estudos de viabilidade e manuais são utilizados por 100% das empresas estudadas (Gráfico 2).

Pode-se identificar que esses serviços e/ou produtos de informação são indispensáveis para essas organizações.

GRÁFICO 2 - PRODUTOS E SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO UTILIZADOS PELAS EMPRESAS INCUBADAS ESTUDADAS NA PESQUISA



FONTE: A autora (2011)

Serviços de biblioteca, consultoria e serviços de extensão tecnológica, análise de mercado, cursos, eventos e montagem de base de dados, ficaram em segundo lugar entre os serviços utilizados pelas empresas, os vídeos foi o item menos citado, portanto, menos usado pelas empresas incubadas.

A opinião do gestor da Incubadora corrobora com a dos empreendedores que todos os serviços ou produtos de informação são utilizados.

Buscou-se, também, identificar quais as fontes de informação mais utilizadas pelos empresários. Pelos resultados obtidos (Quadro 4), observa-se que Jornais e

consulta a internet com ferramentas de busca são utilizados por 100% dos empreendedores, assim como, contatos pessoais considerados as principais fontes de informação para as empresas

QUADRO 4: PRODUTOS E SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO

Resposta	Quantidade	Porcentagem
Jornais	3	100.0%
Revistas	2	66.6%
Catálogos e livros	2	66.6%
Bases de dados <i>on-line</i>	2	66.6%
Internet [navegação em páginas de Empresas e de outras organizações]	3	100.0%
Internet – ferramentas de busca [Yahoo, Google]	3	100.0%
Contatos pessoais (parceiros profissionais, amigos)	3	100.0%
Outras. Cite:	0	0%

FONTE: A autora (2011)

Os empreendedores como se pode identificar no Quadro 4, também consultam revistas, base de dados *on-line* e catálogos e livros, assim como o gestor da INTEC apresentam consonância de opiniões, com exceção de base de dados *on line*.

4.4 NECESSIDADES DE APROPRIAÇÃO TECNOLÓGICA.

Para a inovação tecnológica, de acordo com França (1997), as patentes propiciam importante fonte primária de informação tecnológica, pois permitem o conhecimento de novas tecnologias e de inovações basilares para a indústria, de forma mais rápida e a partir da descrição original do invento.

Para essa categoria, na primeira questão, indagou-se aos empreendedores se eles já haviam solicitado o registro do seu produto e em caso positivo, solicitou-se que os empreendedores descrevessem as dificuldades encontradas. Como resultado, identificou-se que todas as empresas já realizaram o registro de seu

produto. O mesmo pode ser observado pela resposta do gestor da INTEC, que as empresas têm consciência da utilização de patentes para esse fim e destacou que há empresas que as utilizam, inclusive para valorar a empresa, considerando como um intangível que deve ser considerado na negociação para investidores.

As dificuldades apontadas pelos empreendedores para registro de patentes foram a burocracia, custo e desconhecimento de informações de como solicitar as patentes de seus produtos. Uma empresa destacou que não encontrou dificuldades pelo fato de ter em sua equipe técnica um profissional especializado que é responsável pela propriedade industrial da empresa.

A segunda questão dessa categoria de pesquisa questionou ao empreendedor se a empresa utilizava as patentes para fomentar o seu desenvolvimento tecnológico. Verificou-se que duas empresas não utilizam das patentes para esse fim. A outra empresa utiliza-se das patentes para proteger os conhecimentos aplicados em seus produtos e serviços, além disso, para proteção de seus desenhos industriais e registro de marca.

A terceira questão da categoria referente à apropriação tecnológica visou identificar se as empresas utilizavam as patentes para definir a sua estratégia de negócios. Pelos os resultados obtidos, observa-se que apenas uma empresa utiliza patentes para esse fim.

A empresa que utiliza as patentes para definir sua estratégia de negócios é a mesma que conta um profissional especializado na área. Além disso, as patentes são monitoradas para prospecção e vigilância tecnológica, no que diz respeito ao desenvolvimento dos concorrentes.

O gestor da INTEC ressalta que a incubadora sugere aos incubados que façam as patentes ao menos para valorizar o intangível da empresa, com vista à negociação.

Para finalizar as questões sobre necessidades de apropriação tecnológica, questionou-se aos empreendedores, qual a frequência da utilização de patentes, identificou-se que as empresas estudadas costumam consultar patentes anualmente ou de forma esporádica para a gestão de seus negócios o que é consonante sob a visão da INTEC.

Para Cordeiro (2010), as patentes geram direitos transferíveis, que são ativos “invisíveis” que dão valores às empresas de pequeno porte o que é consonante com a visão da INTEC e pode-se constatar de acordo com Cordeiro (2006) as patentes,

podem ser fonte de informações para prospecção tecnológica, e definição de estratégias.

Referente às necessidades de informação Choo (2006) discorre que parte-se de um pressuposto que o indivíduo precisa de informação para mudar o seu estado atual para um estado desejado. Afirma que as necessidades de informação são freqüentemente pensadas em termos de necessidades cognitivas pessoais. Estas necessidades podem então, serem traduzidas em perguntas que busquem o preenchimento de lacunas no conhecimento. Logo, para satisfazer as necessidades de informação, é preciso recuperar as informações que respondam aos questionamentos elaborados. O planejamento e a tomada de decisões são os principais geradores de necessidades cognitivas de informação (CHOO, 2006).

Mediante uma necessidade, de acordo com Choo (2006), primeiramente o indivíduo define suas necessidades então inicia a busca de informações, após manifesta alguns comportamentos típicos como selecionar fontes, articular um questionamento ou uma pergunta, extrair a informação, avaliar, entender, modificar e expandir a busca e então fazer o uso, com a seleção das mensagens importantes, e isso faz uma mudança no comportamento do indivíduo e na sua capacidade de agir.

O processo de necessidades e busca de informação apresentado por Choo (2006), pode ser evidenciado na pesquisa. Com a pesquisa é possível identificar que os empreendedores estudados, inicialmente apresentam alguma necessidade de informação para negócio, direcionam-se a suprir essas necessidades com busca em fontes formais ou informais de informação com o uso de produtos e serviços de informação, para extrair a informação, avaliar, e então fazer o uso desta.

Como as empresas estudadas trabalham com produtos de base tecnológica, necessitam de realizar o registro de seus produtos com o uso de patentes, com o objetivo de garantir os seus direitos de apropriação tecnológica, sendo que para isso em muitas vezes encontram dificuldades para registro das patentes. Referente ao uso das informações, os empreendedores estudados apontam o que é condizente com a definição de Choo (2006, p.119), que a informação pode ser usada “para responder uma questão, solucionar um problema, tomar uma decisão, negociar uma posição ou dar sentido a uma situação”. Nesse contexto, pode-se identificar que o processo de necessidades e usos de informação apresentado por Choo (2006), é

contemplado pelos empreendedores e que estes utilizam-se de diversas informações para facilitar o seu processo decisório e obter diferencial competitivo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve como objetivo geral analisar quais as necessidades e usos de informação de empresas incubadas de base tecnológica de Curitiba e Região Metropolitana. Para atender objetivo geral, elaborou-se os objetivos específicos.

Para atender o primeiro e o segundo objetivo específico de “levantar, junto às entidades promotoras de empreendimentos de tecnologia, as incubadoras e empresas incubadas de base tecnológica”, e “selecionar incubadoras de empresas de base tecnológica” fez-se pesquisa na web para identificar as incubadoras de base tecnológica e chegou-se como resultado da pesquisa à INTEC sediada no TECPAR e após visita a INTEC e contatos realizados, foi possível identificar quais as empresas que atualmente incubadas na INTEC.

Para atender o terceiro e quarto objetivos específicos de “levantar junto aos gerentes, as principais características das empresas de tecnologia” e “levantar junto aos gestores das empresas as principais necessidades e uso de informações para negócios e de apropriação tecnológica para as empresas selecionadas” aplicou-se aos empreendedores, assim como, ao gestor da INTEC questionários com questões que pudessem identificar o perfil do respondente, as características das empresas, as necessidades de informação para negócios e de apropriação tecnológica.

Para o último objetivo de “descrever as necessidades e uso de informações dos empreendedores de empresas incubadas”, pode-se destacar que as empresas de base tecnológica, assim como outras empresas, necessitam de informações que subsidiem a sua tomada de decisão e de acordo com Choo (2006) possam dar significado ao comportamento de busca de informações, ou seja: sondar, vasculhar e interpretar.

A criação de significado de Choo (2006) está em consonância com os resultados obtidos na pesquisa no que concerne às necessidades de informações expressas pelos empreendedores as quais se referem ao ambiente interno e externo. Eles buscam informações para o atendimento de exigências formais e legais quando a empresa está em estágio inicial de desenvolvimento. Além disso, necessitam para a evolução dos seus negócios de: informações sobre clientes, aspectos referentes a fontes de financiamentos, produtos e serviços de informação, aspectos tecnológicos, competitivos, comerciais e ambientais, assim como,

necessidades de apropriação tecnológica com o uso de patentes para registro de seus produtos. Pode-se observar que as empresas buscam ter uma visão geral (sondar), vasculham as informações necessárias (clientes, patentes, aspectos tecnológicos, entre outros) e interpretam. Neste sentido, o mesmo pode-se constatar em relação à literatura de informação para negócios que todos os itens pesquisados foram de relevância para as empresas. No que se refere às patentes percebeu-se que há consonância entre o que foi indicado pela INTEC e as empresas, para facilitar a tomada de decisão dessas empresas e obter diferencial competitivo.

Com a pesquisa também foi possível comprovar o que identificou-se na literatura referente a patentes que estas são essenciais para garantir os direitos de apropriação tecnológica das empresas de base tecnológica e, além disso, são fonte de informação para prospecção tecnológica e definição de estratégias. Porém, algumas empresas ainda não estão preparadas para explorar todo o potencial das patentes.

As empresas em fase de incubação utilizam-se de diversos produtos ou serviços de informação para negócios. Identificou-se que as empresas necessitam de consultas a base de dados, estudos de viabilidade e manuais, entre outros produtos ou serviços de informação para negócios, sendo esta uma oportunidade para profissionais de Gestão da Informação, atuar nessas áreas para atender essa demanda.

Em relação à metodologia com a aplicação na coleta de dados dos questionários *on line*, percebeu-se que este formato foi importante meio de pesquisa. Neste sentido, possibilitou que os empreendedores tivessem liberdade para responder as questões, tendo o tempo necessário para responder o que permitiu minimizar possíveis distorções.

Entende-se que toda a pesquisa não se limita ao que nela foi apresentado, portanto, outras pesquisas podem ser realizadas nessa temática, uma vez que com o crescimento do empreendedorismo no Brasil e com as políticas de fomento a Inovação, dessa forma o possível surgimento de novas empresas incubadas, outras necessidades de informação podem ser analisadas para esse público alvo. Por outro lado, acredita-se que estudos semelhantes podem ser realizados em empresas incubadas de outros setores.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, A .C. Informação e atividades de desenvolvimento científico, tecnológico e industrial: tipologia proposta com base em análise funcional. **Ciência da Informação**, Brasília, v.20, n.1, p.7-15, jan./jun. 1991.
- ALBULQUERQUE, Eduardo da Motta. Patentes segundo a abordagem Neoschumpeteriana: uma discussão introdutória. **Revista de Economia e Política**, v.18, n.4. out./dez., 2008.
- ANPROTEC. Disponível em :<
<http://www.anprotec.org.br/publicacaoconhecacas2.php?idpublicacao=80>>
 Acesso em 13/06/2011.
- ANTONINI, Edmar Soares. Empresas de Bases Tecnológicas. In: Seminário nacional de Pólos e Parques Tecnológicos, 1992, Brasília. **Anais....** Brasília: IBICT/SENAI, 1992.
- ANPROTEC. Disponível em :<
<http://www.anprotec.org.br/publicacaoconhecacas2.php?idpublicacao=80>>
 Acesso em 13/06/2011.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.
- BEZERRA, Cícero. **Um modelo de indicadores estratégicos da sustentabilidade organizacional de incubadoras de empresas de base tecnológica: aplicações em incubadoras de pequeno porte no estado do Paraná**. Florianópolis, 2007. 316 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas UFSC. 2007.
- BORGES, Monica. CARVALHO, Natalia. Produtos e serviços de informação para negócios no Brasil: características. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 27, n. 1, p. 76-81, jan./abr. 1998
- BRANDÃO, Cardoso. A internet como fonte de informações para negócio: um ensaio sobre a realidade da internet brasileira. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 88-99, jan./jun. 2004
- BRASIL, Ministério da Casa Civil. Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, dez.2004.
- BUFREM, Leilah . ARAUJO, Ana Carolina. Informação para negócios: aspectos da literatura científica nacional em revistas da área de ciência da informação. **Ciência da Informação.**, Brasília, v. 37, n. 1, p. 7-17, jan./abr., 2008

- BUFREM, Leilah. PEREIRA, Edmeire. ZANON, Marcus. **Patentes como ferramenta da gestão da informação e inteligência competitiva**. Curitiba: TECPAR, 2004
- CAMPOS, Luis Fernando de Barros. BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Monitoração Ambiental em empresas incubadas e graduadas: Influência das atividades e do estágio de evolução das firmas. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v.18, n.1, p.103-118, jan./abr.2008.
- CAMPOS, Vânia Maria Corrêa. Uso e necessidade de informação tecnológica: um diagnóstico do setor de laticínios do Estado de Minas Gerais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 2, n. 1, p. 37 - 63, jan./jun.1997
- CARVALHO, Ana, NEVES, Jorge. Análise das necessidades e usos de informação em empresas incubadas de biotecnologia de Minas Gerais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.5, n.2, p.217-230, jun./dez.2000.
- CARVALHO *et al.* Comportamento Empreendedor e Inovação em Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação: Análise de Três Casos de Sucesso. **REUNA**, v. 9, n.3, 2004
- CHOO, Chun. Wei. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar conhecimento, construir conhecimento e tomar decisões. 2. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.
- CORDEIRO, Paulo Vinícius Marcondes. **De conhecimentos explicitados em Patentes para levantamento de indícios de possíveis Parcerias empresariais**. Dissertação (Mestrado em Tecnologia). Programa de Pós-Graduação em Tecnologia.UTFPR. 2010.
- CRESPO, Isabel Merlo. CAREGNATO, Sônia Elisa. **Comportamento de Busca de Informação** :uma comparação de dois modelos. Porto Alegre, v. 9 , n . 2, p . 271-281, jul. /dez. 2003.
- DAFT, Richard L. Organizações: teorias e projetos. São Paulo: **Pioneira Thomson Learning**, 2002.
- DAVENPORT, Thomas.H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação .São Paulo : Futura, 1998.
- DAVENPORT, Thomas.H; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- DIEHL, Astor. Antonio.; TATIM, Denise. Carvalho. *Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas*. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- DRUCKER, Peter. **Desafios gerenciais para o século XXI**. São Paulo: Pioneira, 1999.

FIALHO, Janaina Ferreira. Ações, pensamentos, sentimentos e estratégias no processo de pesquisa acadêmica. **Em Questão**, Porto Alegre, v.6,n.2, p.165-178,jul/dez.2010

FIDELIS, Joubert Roberto Ferreira. **A internet como fonte de informação para inteligência empresarial**: um estudo de caso em indústrias de micro, pequeno e médio portes. Belo Horizonte, 2001. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação.UFMG. 2001.

FRANÇA, Ricardo . Patente como fonte de informação tecnológica. **Perspectivas em Ciência da Informação** Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 235-264, jul./dez. 1997.

GODOY, Arilda. Introdução a pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de administração de empresas**. v.35,n.2,Mar./Abr.1995.

INOVAR para existir. Anuário de Expressão e Inovação, Florianópolis, n. 146, p.36, out. 2006

INPI. Disponível em:< http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/patente/pasta_oquee/index_html>. Acesso em:27/09/2011.

JANUZZI, Celeste. MONTALLI, Katia. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: Introdução a uma discussão conceitual. **Ciência da Informação** 1999, vol.28, n.1, pp. 28-36

NINTEC/ULFLA.Disponível em:
<http://www.prp.ufla.br/nintec/incubadora_empresas.html#incubacao_empresa>. Acesso em 09/11/2011.

MATTAR, Frauze Najib. **Pesquisa de Marketing**. Ed compacta. São Paulo: Atlas, 1996, cap. 4, p. 128-163.

MONTALLI, Katia Maria Lemos. CAMPELLO, Bernadete Santos. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n.3, p. 321-326, set./dez. 1997.

PALETTA, Francisco Carlos. **Tecnologia da informação, inovação e Empreendedorismo**: fatores críticos de Sucesso no uso de ferramentas de gestão em Empresas incubadas de base tecnológica. Tese (Doutorado em Ciências na Área de Tecnologia Nuclear e Materiais) - Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares. Autarquia Associada à Universidade de São Paulo. São Paulo, 2008.

PONJUÁN DANTE, G. **Gestión de información en las organizaciones: conceptos y aplicaciones**. Santiago: CECAPI, 1998. 222p.

SENAI. Departamento Regional do Paraná. **Curitiba cidade inovadora 2030**. Curitiba, 2010.

SILVA, *et al.* Análise metodológica dos estudos de necessidades de informação sobre setores industriais brasileiros: proposições. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 129-141, maio/ago. 2002.

VALENTIM, Marta L. Inteligência competitiva nas organizações: dado, informação e conhecimento. **DataGramaZero**. v.3, n.4, ago.2002

APÊNDICE A - Questionário empreendedores de empresas incubadas

Questionário Empreendedores de empresas Incubadas

Prezado Respondente,

Essa pesquisa tem o objetivo de identificar as necessidades e usos de informação de empresas de base tecnológica em fase de incubação.

A coleta de dados da pesquisa será feita por meio de questionário junto ao gestor de incubadoras bem como por questionários a serem respondidos pelos empreendedores de empresas incubadas de base tecnológica. As suas respostas serão computadas e o seu conteúdo será utilizado unicamente para o estudo proposto de monografia de conclusão de curso.

Por favor, observe que algumas questões possibilitam que você assinale mais de uma opção.

A sua colaboração será de grande valia. Desde já, agradecemos pela participação.

Ruth G. de Lima

Graduanda em Gestão da Informação – UFPR

Helena de Fátima Nunes

Profª. Drª do Curso de Gestão da Informação -UFPR

Estou ciente de que se trata exclusivamente de um trabalho acadêmico de conclusão de curso de graduação e me disponho a responder a esse questionário.

DEFINIÇÕES:

Patente: É definida como um título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade, outorgados pelo Estado aos inventores ou autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação. (INPI, 2011)

Informações para negócio: As informações para negócios são aquelas que subsidiam o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais, nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado. (MONTALI e CAMPELO, 1997)

Fases de Incubação:

Implantação ou Concepção: é o estágio inicial que o conceito para um novo negócio é definido.

Crescimento ou Desenvolvimento: durante esta etapa, é contínua a pesquisa de mercado, o capital inicial já é prospectado e o protótipo do produto ou a definição do serviço já deve estar finalizado e a equipe gerencial já está definida e começa a expandir-se. Pode-se observar o início do processo produtivo.

Consolidação e Comercialização: esta etapa caracteriza-se pela produção em escala e desenvolvimento de mercado.

Liberação: último estágio da empresa incubada, momento que a empresa está preparada para as demandas do mercado.

(BEZERRA, 2007)

I-CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DO RESPONDENTE:

Nome (Opcional):

Instituição (Opcional):

* 1) Assinale seu nível de escolaridade:

☐ Ensino médio

☐ Ensino superior

☐ Especialização

☐ Mestrado

☐ Doutorado

☐ Pós-Doutorado

☐ Especifique:

II- CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA

* 2) Quanto tempo tem a empresa?

☐ até 6 meses

☐ até 1 ano

☐ de 1 a 3 anos

☐ Quantos?

* 3) Qual o principal ramo de atuação ?

* 4) Durante a incubação, as empresas são avaliadas, monitoradas e orientadas periodicamente conforme a fase de incubação, nessas são classificadas de acordo com a sua maturidade em estágios de desenvolvimento, entre as opções abaixo, na sua opinião, qual a fase de desenvolvimento na incubação a sua empresa está classificada no momento?

- ☐ Implantação
- ☐ Crescimento
- ☐ Consolidação
- ☐ Liberação

* 5) Você acredita que o local de instalação da incubadora influi no seu desenvolvimento? Por quê?

- ☐ Sim
- ☐ Não

☐ Porquê?

III- NECESSIDADE E USO DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS:

* 6) O que você espera de apoio das incubadoras?

*

7) Quando do estágio de implantação da sua empresa, você sabia, quais órgãos reguladores que definem as exigências formais e legais para a implantação de uma micro ou pequena empresa?

*

8) Com a dinâmica das organizações, a informação é fundamental para tomada de decisão. Para embasar as decisões e ações de empresas incubadas, quais aspectos de informação para negócios você considera importantes para a gestão empresarial?

Assinale, no quadro abaixo, em cada aspecto as informações conforme o seu grau de importância:

	Sem importância	Pouco importante	Importante	Muito importante	Extremamente Importante
a) Aspectos tecnológicos:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
avanços da tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
oportunidades e ameaças	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
avanços científicos e técnicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
produtos, serviços e processos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Aspectos competitivos:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
competidores atuais e potenciais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estratégias dos concorrentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
produtos desenvolvidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
situação da empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tipos de clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Aspectos comerciais:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fontes de recurso financeiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
necessidades dos clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estratégias e produtos dos fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mão de obra do setor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Aspectos ambientais:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aspectos sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

aspectos culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aspectos legais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aspectos de meio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 9) Considera-se os clientes como essenciais para o sucesso de qualquer negócio. Com que frequência a sua empresa coleta informações de clientes?

- ☐ A empresa não costuma obter informações de clientes
- ☐ Diariamente
- ☐ Semanalmente
- ☐ Mensalmente
- ☐ Anualmente
- ☐ Esporadicamente, coleta não regular

* 10) Referente a produtos e serviços de informação, marque abaixo qual (is) os produto(s) e serviço(s) de informação que são utilizados pelas empresas incubadas:

- ☐ Resposta técnica
- ☐ Serviços de biblioteca
- ☐ Consultoria
- ☐ Prospecção tecnológica
- ☐ Extensão tecnológica
- ☐ Consulta a bases de dados
- ☐ Diagnósticos
- ☐ Estudos de viabilidade
- ☐ Análise de mercado
- ☐ Pesquisa de mercado
- ☐ Boletins
- ☐ Cursos
- ☐ Eventos
- ☐ Montagem de bases de dados
- ☐ Manuais
- ☐ Vídeos
- ☐ Todos os itens citados
- ☐ Outras. Cite:

* 11) Assinale qual(is) as fontes de informação que você como empreendedor utiliza:

- ☐ Jornais
- ☐ Revistas
- ☐ Catálogos e livros
- ☐ Bases de dados on-line
- ☐ Internet [navegação em páginas de Empresas e de outras organizações]
- ☐ Internet – ferramentas de busca [Yahoo, Google]
- ☐ Contatos pessoais (parceiros profissionais, amigos)
- ☐ Outras. Cite:

IV- NECESSIDADES DE APROPRIAÇÃO TECNOLÓGICA:

* 12) Considera-se a inovação como fundamental para as incubadoras de base tecnológica. Neste contexto, você como empreendedor já solicitou o registro de seu produto, com o intuito de garantir os seus direitos de apropriação tecnológica?

- ☐ Sim
- ☐ Não

12.1) Se sim, quais foram as dificuldades para realizar o processo

* 14) As patentes são fontes para informação para negócios, provendo as tendências tecnológicas, tendências de desenvolvimento do produto, e definição de estratégias. A sua empresa consulta patentes para definir a estratégia de negócios?

14.1) Caso a sua resposta seja positiva a pergunta anterior, de que forma?

14.2) No caso de uso das patentes pela sua empresa, assinale abaixo qual a frequência:

☐ Diariamente

☐ Semanalmente

☐ Mensalmente

☐ Anualmente

☐ Esporadicamente, coleta não regular

REFERÊNCIAS


INPI. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/patente/pasta_queue/index_html>. Acesso em: 27/09/2011.

CARVALHO, Ana, NEVES, Jorge. Análise das necessidades e usos de informação em empresas incubadas de biotecnologia de Minas Gerais. *Perpect. Cienc. Inf.*, Belo Horizonte, v.5, n.2, p.217-230, jun./dez.2000.

MONTALLI, K. M. L. CAMPELLO, B. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais : uma revisão de literatura. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 26, n.3, p. 321-326, set./dez. 1997.

[LINK: RUTH BLOG](#)

[LINK: CURSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO UFPR](#)

* Indicates Response Required 

APÊNDICE B - Questionário Incubadora de Base Tecnológica (INTEC)

Questionário Incubadora Tecnológica

Prezado Respondente,

Essa pesquisa tem o objetivo de identificar as necessidades e usos de informação de empresas de base tecnológica em fase de incubação.

A coleta de dados da pesquisa será feita por meio de questionário junto ao gestor de incubadoras bem como por questionários a serem respondidos pelos empreendedores de empresas incubadas de base tecnológica. As suas respostas serão computadas e o seu conteúdo será utilizado unicamente para o estudo proposto de monografia de conclusão de curso.

Por favor, observe que algumas questões possibilitam que você assinale mais de uma opção.

A sua colaboração será de grande valia. Desde já, agradecemos pela participação.

Ruth G. de Lima

Graduanda em Gestão da Informação – UFPR

Helena de Fátima Nunes

Profª. Drª do Curso de Gestão da Informação -UFPR

Estou ciente de que se trata exclusivamente de um trabalho acadêmico de conclusão de curso de graduação e me disponho a responder a esse questionário.

DEFINIÇÕES:

Patente: É definida como um título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade, outorgados pelo Estado aos inventores ou autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação. (INPI, 2011)

Informações para negócio: As informações para negócios são aquelas que subsidiam o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais, nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado. (MONTALI e CAMPELO, 1997)

I- CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DO RESPONDENTE:

* Nome:

* Instituição:

1) Assinale seu nível de escolaridade:

- ☐ Ensino médio
- ☐ Ensino superior
- ☐ Especialização
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutorado
- ☐ Pós-Doutorado

2) Especifique o Curso/Área de Formação:

3) O que é a Incubadora Tecnológica de Curitiba (INTEC)?

* 4) De que forma as incubadoras auxiliam as empresas em estágio inicial de desenvolvimento?

II- CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA:

* 5) Quais as principais áreas de formação dos empreendedores que têm como iniciativa as incubadoras?

* 6) Você acredita que o local de instalação da incubadora influi no desenvolvimento das incubadoras?

☐ Discordo Totalmente

☐ Discordo

☐ Concordo

☐ Concordo Totalmente

☐ Porquê?

III- NECESSIDADE E USO DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS:

*

7) Com a dinâmica das organizações, a informação é fundamental para tomada de decisão. Para embasar as decisões e ações de empresas incubadas, quais aspectos de informação para negócios você considera importantes para a gestão empresarial?

Assinale, no quadro abaixo, em cada aspecto as informações conforme o seu grau de importância:

	Sem importância	Pouco importante	Importante	Muito importante	Extremamente Importante
a) Aspectos tecnológicos:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
avanços da tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
oportunidades e ameaças	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
avanços científicos e técnicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
produtos, serviços e processos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Aspectos competitivos:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
competidores atuais e potenciais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estratégias dos concorrentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
produtos desenvolvidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
situação da empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tipos de clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Aspectos comerciais:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fontes de recurso financeiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
necessidades dos clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estratégias e produtos dos fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mão de obra do setor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Aspectos ambientais:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aspectos sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aspectos culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aspectos legais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aspectos de meio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*

8) Referente às fontes de recursos financeiros, seria possível citar quais são as principais fontes de financiamento para empresas em fase de incubação?

* 9) Empresas em fase inicial de desenvolvimento podem encontrar dificuldades em identificar fornecedores de matéria prima confiáveis. Como as incubadoras auxiliam nesse aspecto?

* 10) Você acredita que as empresas em fase de incubação conhecem quais são os órgãos reguladores? Em caso negativo, como estas empresas podem obter informações sobre esse aspecto?

* 11) Referente a produtos e serviços de informação, marque abaixo qual (is) os produto(s) e serviço(s) de informação que são utilizados pelas empresas incubadas:

- ☐ Resposta técnica
- ☐ Serviços de biblioteca
- ☐ Consultoria
- ☐ Prospecção tecnológica
- ☐ Extensão tecnológica
- ☐ Consulta a bases de dados
- ☐ Diagnósticos
- ☐ Estudos de viabilidade
- ☐ Análise de mercado
- ☐ Pesquisa de mercado
- ☐ Boletins
- ☐ Cursos
- ☐ Eventos
- ☐ Montagem de bases de dados
- ☐ Manuais
- ☐ Vídeos
- ☐ Todos os itens citados
- ☐ Outras. Cite:

*

12) De acordo com Carvalho e Neves (2000), as exigências formais e legais referem-se ao registro da empresa e ao registro de seus produtos e serviços. Como as empresas em fase de incubação podem obter informações sobre esse aspecto?

* 13) Assinale qual(is) a(s) fonte(s) de informação que você acredita que são utilizadas pelas empresas incubadas:

- ☐ Jornais
- ☐ Revistas
- ☐ Catálogos e livros
- ☐ Bases de dados on-line
- ☐ Internet [navegação em páginas de Empresas e de outras organizações]
- ☐ Internet – ferramentas de busca [Yahoo, Google]
- ☐ Contatos pessoais (parceiros profissionais, amigos)
- ☐ Outras. Cite:

IV- NECESSIDADES DE APROPRIAÇÃO TECNOLÓGICA:

* 14) Considera-se a inovação como fundamental para as incubadoras de base tecnológica. Neste contexto, as empresas incubadas têm consciência da importância de garantir os direitos de apropriação tecnológica, com o uso de patentes?

* 15) O documento de patente é um registro de propriedade. Você acredita que as empresas incubadas utilizam-se desta para fomentar o desenvolvimento tecnológico? Se sim, cite exemplo(s).

* 16) As patentes são fontes de informação para negócios, provendo as tendências tecnológicas, tendências de desenvolvimento do produto, e definição de estratégias. Em sua opinião, as empresas incubadas consultam patentes para definir a estratégia de negócios?

16.1) Caso positivo na resposta da pergunta anterior, de que forma as empresas utilizam as patentes para definir a estratégia de negócios?

16.2) No caso de uso das patentes pelas empresas incubadas, assinale abaixo qual a frequência:

- ☐ Diariamente
- ☐ Semanalmente
- ☐ Mensalmente
- ☐ Anualmente
- ☐ Esporadicamente, coleta não regular

REFERÊNCIAS

INPI. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/patente/pasta_oquee/index_html>. Acesso em: 27/09/2011.

CARVALHO, Ana, NEVES, Jorge. Análise das necessidades e usos de informação em empresas incubadas de biotecnologia de Minas Gerais. *Perp. Cienc. Inf.*, Belo Horizonte, v.5, n.2, p.217-230, jun./dez.2000.

MONTALLI, K. M. L. CAMPELLO, B. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais : uma revisão de literatura. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 26, n.3, p. 321-326, set./dez. 1997.

[LINK: BLOG RUTH](#)

[LINK: GESTÃO DA INFORMAÇÃO](#)

* Indicates Response Required 